Klassenkampf im Blätterwald

Grundlagen und Methoden des revolutionären Journalismus

DIREKTE AKTION
anarchosyndikalistische Zeitung

Dieser Text wurde wesentlich durch die IWW-Publikation „Writing for the *Industrial Worker*“ inspiriert. Vor allem bzgl. der Tipps für AutorInnen wurde so manche Passage daraus einfach in übersetzter Form übernommen, während andere weggelassen oder entsprechend dem Kontext der *Direkten Aktion* modifiziert wurden. Der Großteil des Textes wurde jedoch aus dem Erfahrungshorizont der *DA*-Redaktion heraus selbst verfasst.

Herausgeber:
Direkte Aktion e.V.

AutorInnen:
DA-Redaktion 2007

Koordination und Bearbeitung:
André Eisenstein & Holger Marcks

Inhalt

0. **Zum Geleit** Seite 5

1. **Profil und Eigenheiten der *Direkten Aktion*** Seite 7

I. Was ist überhaupt die *DA*? Seite 8
II. Die *DA* ist eure Zeitung Seite 11
III. Wir schreiben für Veränderung Seite 12
IV. Der gewerkschaftliche Fächer Seite 14
V. Fundamentales Seite 18

2. **Konkrete Tipps für AutorInnen** Seite 20

I. Schreibt für die LeserInnen Seite 21
II. Die Fakten klar bekommen Seite 23
III. Gut Ding will Weile haben Seite 25
IV. Glaubwürdigkeit erzeugen Seite 27
V. Lebendige Schreibweise Seite 30
VI. In der Tätigkeitsform schreiben Seite 31
VII. Auf Tuchfühlung gehen Seite 32
VIII. Bodenständig schreiben Seite 34
IX. Der Einstieg Seite 35
X. Spannung erzeugen und halten Seite 37
XI. Die Mücke nicht zum Elefanten machen Seite 39

3. **Technisches, Teamarbeit und Aufputz** Seite 41

I. Das richtige Maß Seite 42
II. Vorabsprachen mit der Redaktion Seite 44
III. Die Redaktion ist eure Freundin Seite 47
IV. Der letzte Schliff Seite 49
V. Bilder – das Salz in der Suppe Seite 52

VI. Nachspiel Seite 55

4. Mehr als nur das Wort Seite 57

I. Kreative Köpfe und helfende Hände Seite 58
II. Endspurt in der Produktion: die Verteilung Seite 60

Zum Geleit

Eine ganze Broschüre, in der es nur darum geht, für eine relativ kleine Gewerkschaftszeitung zu schreiben? Es würde nicht verwundern, stellte sich jemand diese Frage. Aber warum eigentlich nicht? Wir zumindest haben uns zuletzt immer öfter gefragt, warum es das noch nicht gibt. Denn als AnarchosyndikalistInnen haben wir doch recht eigene Vorstellungen, was unsere Zeitung im Allgemeinen und unsere Zeitungsarbeit im Besonderen betrifft. Und ganz besonders belangt dies die Mitwirkung der LeserInnen.

Die Zeitung ist das älteste der modernen Massenmedien, und seit jeher ist sie von einer simplen Vorstellung geprägt: Schreiber schreiben und Leser lesen. Die Information fließt im Wesentlichen in nur eine Richtung. Das verträgt sich aber denkbar schlecht mit dem Grund, warum wir diese Zeitung machen. Unser sicherlich ungewöhnliches Ziel hat Bertolt Brecht einmal mit Blick auf Radio und Revolution so formuliert: Es komme darauf an, „den Zuhörer nicht nur hören, sondern auch sprechen zu machen und ihn nicht zu isolieren, sondern ihn auch in Beziehung zu setzen“. In diesem Sinne wäre die *Direkte Aktion* (DA) nicht nur wirksam, um anarchosyndikalistische Ideen zu verbreiten. Durch die aktive Beteiligung der LeserInnnen würden diese Ideen teils auch umgesetzt.

Dieser Text soll theoretisch deshalb vor allem dazu beitragen, sich im Sinne der Selbstermächtigung Wissen aktiv anzueignen und neue Tätigkeitsfelder zu erschließen. Das macht nicht nur Spaß, es ist auch mit Anstrengung verbunden. Doch es ist Teil unserer Würde. Praktisch ist dieser Text etwas für all die LeserInnen, die mit dem Journalismus der *DA* liebäugeln und etwas schreiben wollen – vielleicht auch für jene, die daran überhaupt nicht dachten und nach interessiertem Studium dieses Textes auf den Geschmack gekommen sind. Für alle anderen ist es sicher auch nicht ganz unnütz, mal einen Blick in den Redaktionsalltag zu werfen, um die *DA* besser einschätzen zu können.

Und Einblicke gibt es hier zur Genüge, ja, sogar sehr detailliert. Lasst euch deshalb nicht vom Umfang abschrecken. Ihr sollt dieses Heft nicht auswendig lernen, bevor wir mit euch über Artikel reden. Vielmehr soll der Text einen grundlegenden Einblick geben, was es dabei unserer Meinung nach alles zu beachten gilt. Sich im Einzelfall Inspirationen abholen oder die Grundrichtlinien unserer Zeitung nochmals abrufen zu können, das dürfte der wohl konkreteste Nutzen dieses Textes sein.

Insofern sei dieses „Handbuch“ nicht nur jenen empfohlen, die sich ihres Schreibens noch nicht sicher sind, sondern ebenso jenen, die schon kräftig für die *DA* geschrieben haben. Wir lernen nämlich niemals aus, sind wir unserer Sache auch noch so sicher. Nur wenn wir unser Wissen untereinander teilen, können wir alle daran reifen. Nicht zuletzt ist deshalb dieser Text selbst auch lernfähig – symbolisch gesprochen. Verbesserungen und Ergänzungen, die Nutzbarmachung bisher nicht berücksichtigten Wissens, mögen viele überarbeitete Versionen folgen lassen.

Die Delegierten der *Direkten Aktion*, Juni 2007

1.
Profil und Eigenheiten der *Direkten Aktion*

I. Was ist überhaupt die *DA*?

Die *DA* ist die Zeitung der *Freien ArbeiterInnen-Union* (FAU), einer Gewerkschaftsföderation anarchosyndikalistischer Organisationen, die sich von unten organisieren, kämpferisch und solidarisch. Wenn ihr die FAU noch nicht kennt, dann kennt ihr sie spätestens, wenn ihr die *DA* kennt. Denn als Zeitung soll sie gewissermaßen auch das Spiegelbild der Gewerkschaften sein, sowohl hinsichtlich des Aufbaus als auch der Inhalte. Wenn ihr euch ein Bild von unseren Inhalten machen wollt, so könnt ihr das nicht nur über die *DA* tun, sondern ebenso über die Website der FAU und die vielen Publikationen, die von der FAU und ihrer lokalen Gruppen veröffentlicht werden. Bevor wir aber erklären, wie man für die *DA* schreiben kann, möchten wir kurz den Aufbau der *DA*, und damit ein stückweit auch der FAU, erläutern.

Die *DA* wird nicht in einem schicken Verlagshaus hergestellt. Bei uns gibt es keine Glasfassaden und Tiefgaragen, keinen Empfang, kein Rauchverbot und kein Web 2.0 – und doch macht sie was her! Es ist durch die Entwicklung in den letzten zwei Jahrzehnten technisch sehr viel leichter geworden, eine ordentliche Zeitung herauszugeben. Das einzig notwendige ist die Neugier, etwas Organisationstalent und ein reger Verstand. Die *DA* wird von GenossInnen nach der Arbeit hergestellt, in Privatwohnungen oder in einem FAU-Lokal, über die ganze Republik verstreut. Auch sind die wenigsten AutorInnen professionelle Journalisten. Aber je mehr potenzielle AutorInnen die Redaktion ansprechen kann, desto besser kann sie eine Auswahl treffen und die Zeitung wirklich gestalten.

Die Redaktion ist das Herz jeder Zeitung. Sie hat dafür zu sorgen, dass es dort genügend „Sauerstoff“ gibt, wo er gebraucht wird. Die AutorInnen sind, in diesem Bilde, die Sinnesorgane und das Hirn. Die Redaktion hat demnach die Aufgabe, Themen für die nächste Ausgabe zu sammeln und die Zeitung auch langfristig auf Kurs zu halten. Sie hält den Kontakt zu möglichen AutorInnen, macht mit diesen Themen und die Richtung aus, in die es ungefähr gehen soll. Haben sich die AutorInnen dann die Nächte um die Ohren geschlagen und der Artikel ist fertig, kommt wieder die Redaktion zum Zuge: mit der „Qualitätssicherung“, wie es im Unternehmensjargon genannt wird. Was heißt das?

Die Redaktion ist dafür verantwortlich, dass die *DA* als Zeitung im Sinne der FAU erscheint und nicht als Sammelsurium bloß nebeneinander stehender Artikel. Die Redakteurinnen und Redakteure werden wie alle übrigen Funktionsträger der *DA* und der FAU auf dem jährlich

stattfindenden Kongress gewählt – i.d.R. für eine Zeit von zwei Jahren. Sie sind der Organisation rechenschaftspflichtig und können jederzeit von einem Delegiertentreffen abgesetzt werden. In diesem Rahmen hat das Redaktionskollektiv die Freiheit (und die Pflicht), das zu tun, was es für richtig hält, um die Aufgabe gemäß dem Mandat zu erfüllen: nämlich über die Themen zu berichten, die von Nutzen sind, um eine offensive revolutionäre Gewerkschaftsbewegung aufzubauen.

Die Redaktionsarbeit ist entlang der Ressorts, also der Rubriken aufgeteilt: *Betrieb und Gesellschaft*, *Globales*, *Hintergrund*, *Kultur*, *Zeitlupe* und *Letzte Seite*. Hinzu kommen Layout & Werbung, die Abo-Verwaltung, die Anzeigenabteilung und eine Versandgruppe. Die Website muss selbstverständlich auch betreut werden. Jedes Ressort bereitet die Inhalte für die nächste Ausgabe zunächst eigenverantwortlich vor. Diese Aufgabe ist etwas einfacher, wenn man in stetem Kontakt mit den übrigen Teilredaktionen steht – die Verantwortung für den Inhalt liegt im Endeffekt aber bei der jeweiligen Teilredaktion. Nach Einsendeschluss legen die Redaktionen einander die Artikel vor, so dass in der „Schlussredaktion“ noch mal eine Einschätzung stattfinden kann. Dann geht es zum Layout, schließlich in die Druckerei und danach zum Versand.

Gänzlich dezentral geht es aber nicht. Zweimal im Jahr treffen wir uns, um unsere Arbeit und die Entwicklung der *DA* in den vergangenen Monaten auszuwerten und die besten Vorsätze zu schmieden. Glücklicherweise müssen wir dabei kaum über die Finanzen reden. Denn obwohl die *DA* zu den preiswertesten „linken Zeitschriften“ gehört, trägt sie sich doch soweit selbst, dass auch noch Mittel für Werbung und Extra-Beilagen bereit stehen. Zum Teil liegt dies wohl daran, dass bei der *DA* niemand Honorare bekommt. Das hat nichts mit Lohndumping zu tun, sondern gründet im Selbstverständnis der FAU, nach dem wir keine bezahlten Funktionäre haben wollen.

II. Die *DA* ist eure Zeitung

Die *DA* ist nicht bloß in dem Sinne eure Zeitung, dass sie euch z.B. als Mitgliedern der Freien ArbeiterInnen-Union (FAU) gehört und ihr deren Redaktion wählt, oder dass ihr als Symphatisierende sie als die Zeitung eurer Wahl betrachtet. Entscheidender ist, dass es an euch liegt, über wichtige Ereignisse und Entwicklungen aus eurem Wirtschafts- oder Gesellschaftsbereich sowie eurer Stadt oder Region zu berichten. Die Artikel in der *DA* werden von Leuten wie euch verfasst, die über ihre Erfahrungen, ihre Kämpfe und die Probleme, mit denen sie täglich konfrontiert sind, berichten oder allgemeine politische und wirtschaftliche Entwicklungen in den Zusammenhang mit ihrer Situation stellen.

Wenn z.B. in eurem Arbeitsbereich eine Kampagne mit direkten Aktionen gegen miserable Arbeitsbedingungen oder andere Missstände geführt wird, könnt ihr sicher sein, dass andere Leute davon erfahren wollen – womöglich, um dasselbe dort auszuprobieren, wo sie arbeiten, oder zur Inspiration, oder um ihren KollegInnen und Mitmenschen Beispiele zu zeigen, wie man solidarisch und erfolgreich kämpfen kann. Doch wenn ihr der Redaktion die Informationen nicht zusendet, werden nur wenige Menschen davon erfahren. Nicht nur die Leute in unserer Gewerkschaft, sondern auch um sie herum, wollen mitbekommen, was Leute in verschiedenen Teilen der FAU machen oder wie sie zu gewissen Dingen stehen. Nicht zuletzt wollen wir mit der Zeitung nach außen vermitteln, wofür wir stehen und wofür wir kämpfen, wenn wir eine revolutionäre Gewerkschaftsbewegung aufbauen.

Einige Ereignisse können mit ein paar Sätzen als Kurzmeldung abgedeckt werden oder als Teil eines breiteren Artikels darüber, was die FAU hinsichtlich eines bestimmten Problems unternimmt oder darüber denkt. Andere Ereignisse und Themen wiederum erfordern einen längeren Artikel oder gar ein Interview mit Beteiligten. Und wenn ein Thema aufgrund größerer Zusammenhänge eine ziemliche Menge an Platz benötigt, um gebührend geschildert und behandelt werden zu können, gibt es ebenso die Möglichkeit, einen komplexen Artikel für unsere Rubrik *Hintergrund* zu schreiben. Sogar historische oder kulturelle Beiträge haben einen Platz in der *DA*.

Es gibt niemanden, der in einer besseren Position ist, Artikel für die *DA* zu schreiben, als ihr – schließlich seid ihr am Ort des Geschehens, ihr wisst, was dort los ist, ihr kennt die beteiligten Menschen, ihr habt die Kontakte zu kämpfenden GenossInnen in der ganzen Welt, ihr spürt die

Folgen bestimmter politischer oder wirtschaftlicher Entscheidungen und Entwicklungen am unmittelbarsten, ihr könnt eine Gegenperspektive zu den meinungsbildenden Darstellungen in der offiziellen Presse bieten ...

Wenn ihr das Schreiben nicht selbst erledigen könnt, so könnt ihr vielleicht etwas mit einem Kollegen oder einer Kollegin abmachen, oder ein paar Notizen zu dem Geschehenen und ein paar Ausschnitte aus der Lokalzeitung einsenden oder einfach nur auf ein paar Informationen im Internet zu einer interessanten Sache hinweisen (und am besten eine Telefonnummer oder E-Mail-Adresse angeben, so dass die Redaktion wegen ein paar Fragen auf euch zurückkommen kann).

Doch etwas für die *DA* zu schreiben, ist einfacher als ihr womöglich denkt. Und dieses kleine Handbuch soll euch zum Anfang dabei helfen.

III. Wir schreiben für Veränderung

Die *DA* ist kein Theorieorgan, aber auch kein einfaches Mitteilungsblatt; sie ist auch keine spezifische linke Zeitung, die sich auf Antifa-Arbeit, linke Politik oder auf den Anarchismus spezialisiert, genauso wenig wie sie ein Fachblatt für irgendetwas ist. Und am allerwenigsten ist sie ein „objektives“ Nachrichtenblatt im Sinne der offiziellen Presse. Die *DA* ist eine anarchosyndikalistische Zeitung, d.h. sie spiegelt mit ihren Themen und Meinungen den spezifischen Ansatz der FAU wider. Kurz gesagt, sie ist eine Gewerkschaftszeitung. Nicht irgendeine Gewerkschaftszeitung, sondern eine revolutionäre, die sich auf die Grundlage des Klassenkampfes stützt.

Gewerkschaftsbewegung in unserem Sinne erschöpft sich nicht in Tarifauseinandersetzungen. Wenn überhaupt, dann fängt sie dort erst an! Als Vereinigung der Produzenten, die zugleich Konsumenten sind, hat die revolutionäre Gewerkschaft das Potenzial, Grundlage einer nach-kapitalistischen Gesellschaft zu sein. Gemäß diesen Ansprüchen hat die *DA* ein eigenes Profil, was die Themenbereiche sowie Inhalte und Form der Beiträge betrifft.

Wenn ihr euch nicht sicher seid, ob eure Vorstellungen überhaupt mit der *DA* vereinbar sind, solltet ihr euch wohl zunächst genauer darüber informieren, wofür die FAU steht. Im Groben lässt sich sagen, dass die *DA* die mit der FAU verbundenen Ideen gewerkschaftlicher Organisierung propagieren und über die Themen berichten und diskutieren soll, die für eine gewerkschaftliche Praxis relevant sind. „Neutrale“ Berichterstattungen, wie sie gewöhnliche Journalisten zum Broterwerb produzieren müssen, haben bei uns genauso wenig verloren wie sozialpartnerschaftliche oder autoritäre Betrachtungsweisen, die Staat und/oder Kapital das Wasser tragen. Dass sexistische und rassistische Inhalte sich verbieten, versteht sich von selbst.

Als „ewig Unzufriedene“, als vorwärtstreibende Kraft interessieren uns Entwicklungen und Auseinandersetzungen in der Arbeitswelt – also dort, wo die demokratische Sonne nicht scheint und ein Solarium nur aufgebaut wird, um den Lohnabhängigen noch mehr ihrer Arbeitskraft und Kreativität zu entlocken. Entgegen der Rede vom „Ende der Arbeitsgesellschaft“ ist die Ruhe in den Betrieben noch immer das Wichtigste der herrschenden Ordnung.

Als anarchosyndikalistische Zeitung berichten wir immer auch darüber, wofür sich die FAU und ihre Mitglieder einsetzen, über die Bewegungen, in die sie involviert sind, die Angriffe, denen sie ausgesetzt sind. In der *DA* sollen Texte erscheinen, die deutlich machen, dass der

Widerspruch zwischen Kapital und Arbeit ungeachtet offizieller oder wissenschaftlicher Standpunkte weiter existiert. Besonders wichtig sind da kollektive Aktionen und konkrete Beispiele für Widerstand. Die müssen nicht unbedingt erfolgreich sein, damit wir darüber berichten. Es darf nur keine Resignation daraus erwachsen. Auch die Gründe für das Scheitern müssen diskutiert werden, um für das nächste Mal daraus zu lernen.

Festmachen lässt sich jener Widerspruch häufig an „individuellen Problemen“, die aber doch Unzählige betreffen; Probleme, die – ob im Aufschwung oder in der Rezession – die Lebensqualität maßgeblich bestimmen und doch kaum als die gesellschaftlichen Themen begriffen werden, die sie sind. Dazu zählen die Arbeitszeit und Überstunden, betriebliche Umstrukturierungen, Unfälle, Arbeitsschutz, Arbeitsrecht, Lohn- und Entscheidungshierarchien etc. Kurz gesagt: Berichte aus der Arbeitswelt, Darstellungen und Analysen. Dabei interessieren uns vor allem konkrete Informationen, Details … all das, was für gewöhnlich als „unwichtig“ erachtet wird und doch unser Leben prägt. Wir wollen das drucken, was sonst kaum jemand ausspricht, aber viele denken – wir wollen das Alltagsbewusstsein zuspitzen zum Klassenbewusstsein.

Außerdem gibt es eine Vielzahl von Themen, die zwar gemeinhin unstrittig sind, aber nur mit Blick auf Standort und Wettbewerb analysiert werden, wobei es in Wirklichkeit um gesellschaftliche Machtverhältnisse geht. Hier kommt es vor allem darauf an, hinter die Kulissen der veröffentlichten Meinung zu steigen und die wirklich wichtigen Fragen zu stellen: Wie ist die Lage der abhängig Beschäftigten? Welche Ansatzpunkte für Widerstand gibt es? Wird die Arbeitermacht gestärkt oder geschwächt? Welche Wege muss eine kämpferische Gewerkschaft gehen? Und wie können wir Spaltung der Klasse aufgrund von Geschlecht und Nation, aber auch Beruf und Vertragsverhältnis überwinden? Politische Themen sind für uns nur von Interesse, sofern sie die soziale Frage berühren oder Einfluss auf die Rahmenbedingungen unserer Bewegung haben. Der Schwerpunkt liegt also im Bereich der Ökonomie.

IV. Der gewerkschaftliche Fächer

Wenn ihr euch, über all das bewusst, immer noch nicht sicher seid, ob das was ihr vorhabt, zum Profil der *DA* passt, dann schaut euch doch einfach mal ein paar Ausgaben genauer an, um einen besseren Eindruck zu bekommen. Dabei ist man schon ganz gut beraten, die Gliederung und Gewichtung unserer Rubriken zu beachten. Und generell dürfte es an dieser Stelle sinnvoll sein, kurz zu erörtern, welche Inhalte wir uns denn nun genau für diese Rubriken vorstellen und welche nicht:

1. *Betrieb & Gesellschaft*:

Diese Rubrik umfasst im Wesentlichen verschiedene Beiträge zur Arbeitswelt und zur Arbeitsgesellschaft. Allerdings wollen wir nicht etwa abstrakte theoretische Abhandlungen über diese Bereiche. Vielmehr geht es darum, über konkrete Entwicklungen und Ereignisse in den Betrieben (Arbeitsverhältnisse, Missstände, Arbeitskämpfe, Arbeiterinitiativen usw.), auf dem Arbeitsmarkt (Arbeitslosigkeit, Erwerbslosensituationen, Lohnentwicklung, Massenentlassungen usw.) sowie im Kapitalismus generell (Wirtschafts- und Sozialpolitik, Unternehmensstrategien, Gewerkschaftspolitik, Überwachung etc.) zu berichten – vor allem über die Erscheinungen des Widerstands. So wie der Bereich der Betriebe nicht losgelöst ist von der kapitalistischen Gesamtökonomie, sind auch die meisten gesellschaftlichen Sphären nicht davon zu trennen. Insofern gibt es zahlreiche überschneidende Bereiche und Themen, die ebenso dazugehören: ob nun Geschlechterfragen oder Migration, staatliche Repression oder Gefängnisse, Konsumfragen oder Wohnungsfragen … Wichtig dabei ist der ökonomische Zusammenhang und dass die Inhalte unter dem Gesichtspunkt behandelt werden, wie relevant sie für unsere praktische Gewerkschaftsarbeit sind. Auch Berichte über Alternativen zur herrschenden Wirtschafts- und Sozialordnung, mögen sie noch so klein sein, stoßen auf größtes Interesse. Und wenn uns wieder einmal ein Thema, das alle berührt, in den Medien um die Ohren gehauen oder Stimmung für oder gegen etwas gemacht wird, freut uns ein Beitrag, der die Sprache der Herrschenden entlarvt und die Sache aus einer Klassenposition klarstellt.

2. *Globales*:

Wir sind keine isolierte Insel. Vieles von dem was hier passiert, geschieht auch in Europa, den Amerikas, Afrika, Asien oder Australien. Meistens wissen das die Leute aber nicht – oft lassen sie sich im Rahmen von „Standortdebatten“ sogar gegen die KollegInnen in aller Welt ausspielen. Dem wollen wir mit Berichten aus unseren Schwesterorganisationen der IAA, anderen revolutionären Gewerkschaften und natürlich von spontanen oder geplanten Aktionen der ArbeiterInnen in der ganzen Welt entgegenwirken. Dabei ist es oft nötig, nicht nur die spezielle Aktion (zum Beispiel einen Streik) zu beschreiben, sondern auch ein paar Hintergründe über das Land, die rechtliche Situation, die Regierungsform usw. mitzuteilen. Denn nicht alle wissen, dass das Gewerkschaftssystem in den USA auf einer Alleinvertretung in den Betrieben beruht, dass ein sog. Arbeitsbuch in Rumänien zur Disziplinierung der ArbeiterInnen eingesetzt wird, oder dass die Arbeiterbewegung in Algerien durch religiöse Einflüsse belastet ist. Manches von dem, was gerade hier passiert, ist sogar nur zu verstehen, wenn man weiß, was auf internationaler Ebene passiert. Bedenkt auch, dass vieles von dem, was für die anderen Rubriken wichtig ist, auch für *Globales* zutreffen kann. Hier ist der Platz, Globalisierung als Produktions- und Solidarzusammenhang erkenntlich zu machen, und nicht als bloßen Wettbewerb bis aufs Messer. So ist es manchmal besser, mehr Analyse und auch Meinung einzubauen als einfach nur zu beschreiben. Die Losung „Internationale Solidarität!“ mag antiquiert erscheinen, für eine revolutionäre Gewerkschaftsbewegung ist sie so aktuell wie je und erschöpft sich nicht in der Parole.

3. *Hintergrund*:

Während in der *DA* v.a. über aktuelle Ereignisse und Entwicklungen berichtet wird, damit wir wissen, *wo* es anzupacken gilt – soll das Ressort *Hintergrund* aktuelle Entwicklungen analysieren und (v.a. makro-ökonomische) Strukturen aufdecken, Argumente prüfen und Begriffe schärfen, damit wir wissen, *wie* wir anpacken können. Um unsere komplexe Gegenwart bewusst zu verändern, damit am Ende annähernd das rauskommt, was wir uns wünschen, müssen wir sie zunächst einmal verstehen, geistig be-greifen, und uns darüber auch verständigen. „Theorieabteilung“ ist allerdings die falsche Bezeichnung für diese Rubrik, wenn man darunter wie landläufig das Wolkenkuckucksheim, die Kritik um der Kritik willen versteht. Wie in der restlichen *DA* geht es darum, exakt zu sein, aufzuklären statt zu verschleiern, am Gegenstand zu bleiben und eine Frage immer vor Augen zu haben: Ist das relevant für eine revolutionäre Gewerkschaftsbewegung heute? Schließlich können wir nicht bis in alle Ewigkeit mit Texten von

Anno dazumal hausieren gehen. Es geht um die Aktualisierung der anarchosyndikalistischen Diskussion, auch um die Positionierung in laufenden gesellschaftlichen Debatten. Dabei dürfen die Veränderungen bzw. Konstanten im Produktionsprozess, in der Arbeitsorganisation etc. nicht außen vor bleiben, denn hier bieten sich immer neue Möglichkeiten im Klassenkampf.

4. *Zeitlupe*:

Geschichte ist von höchster Wichtigkeit. Ohne zu wissen, welche Prozesse uns in die gegenwärtige Lage geführt haben, können wir weder unsere Situation erfassen, noch können wir hoffen voranzukommen. Um zu begreifen, welche Optionen und Möglichkeiten wir als revolutionäre Gewerkschaftsbewegung haben, gibt es viele nützliche Lektionen in der Geschichte, die uns helfen, die Dinge besser klar zu haben. Und selbstverständlich wollen wir, dass sich das auch in der *DA* niederschlägt. Was genau als Beitrag für unsere Rubrik *Zeitlupe* geeignet ist, lässt sich nur im Einzelfall sagen. Generell aber gilt das Kriterium, dass die entsprechenden Beiträge auch von Nutzen sein sollten bei Fragen, mit denen wir heute konfrontiert sind. Ein Beitrag über die historische Entwicklung der armenischen Landwirtschaft ist mit Sicherheit nicht geeignet. Vielmehr suchen wir Artikel, die von der Praxis der Arbeiterbewegung oder des Syndikalismus handeln. Diese sollten so plastisch wie möglich sein und nicht den Charakter abstrakter Erörterungen oder fachwissenschaftlicher Abhandlungen annehmen. Sehr spezifische Artikel, wie z.B. über die Trinkkultur der Tübinger FAUD-Ortsgruppe in der Weimarer Republik, sind dabei genauso wenig geeignet wie generell Abhandlungen, die sich mit sehr speziellen Aspekten beschäftigen. Sie schaffen es selten, Interesse über einen Spezialisten- oder Liebhaberkreis hinaus zu wecken. Fragt euch also vorher, ob euer Artikel nicht besser in einer Fachzeitschrift oder einer Broschüre aufgehoben wäre.

5. *Kultur*:

Im Ressort *Kultur* soll es etwas anders hergehen als in der übrigen *DA*. Obwohl auch auf diesen zwei Seiten ökonomische Grenzziehungen und -durchbrüche ihren festen Platz haben, sind kulturelle und künstlerische Themen doch sehr breit gefächert. Belletristik und Wissenschaft, Musik und Bildende Kunst, Film und Internet sind nur die wichtigsten Sparten, in denen sich Bezüge zum Anarchosyndikalismus herstellen lassen – und in denen sich unzählige Werke finden, die spannend und auch unterhaltsam sind, reizvoll für Sinne und Verstand. *Kultur*

verweist damit über die Zeitung hinaus und fordert die LeserInnen auf, verschiedenen Spuren zu folgen und geistig agil zu bleiben.

Auf diesen Seiten ist jedoch nicht nur Platz für die Vorstellung von Werken aus Literatur, Musik und Film. Auch Kunstschaffende selbst lassen wir gern zu Wort kommen, in Form des Interviews, in künstlerischen Originalbeiträgen etc. Und schließlich stoßen auch solche Artikel auf großes Interesse seitens der *DA*, die z.B. mit einem medientheoretischen Ansatz nach Rezeptionsbedingungen, Wahrnehmungsmustern u.ä. fragen. Kurz gesagt: Die anspruchvollste Aufgabe dieses Ressorts ist es sicherlich, die richtige Mischung zusammenzustellen, die für alle LeserInnen etwas Interessantes birgt und auch die Vitalität der anarchosyndikalistischen Bewegung zum Ausdruck bringt. Für AutorInnen dürfte der Reiz v.a. darin liegen, die Balance zu halten zwischen ästhetischen Betrachtungen (auch auf einer Meta-Ebene) und der Rückbindung an die soziale Wirklichkeit.

V. Fundamentales

Jenseits der Kriterien für die Inhalte stellt sich zudem die Frage nach der Art und Weise eines Beitrags. Denn auch wenn wir für die *DA* keine Beiträge in der Art „neutraler“ journalistischer Darstellungen benötigen, heißt das noch lange nicht, dass wir uns der Unsachlichkeit preisgeben. Eine Aneinanderreihung ideologischer Phrasen landet auch bei uns ganz schnell im Papierkorb. Denn aus einer klassenkämpferischen Position zu schreiben, erfordert auch, dass die Darlegungen fundiert und sachlich sind, so dass sie durch Argumente und nicht durch Parolen bestechen. Artikel, die das nicht erfüllen oder Inhalte in sich fassen, die skeptisch stimmen und nicht sachlich untermauert sind, werden mit Sicherheit von der Redaktion zurückgewiesen. Wir wollen aber auch keine Beiträge, die in das Gegenteil verfallen und einer wissenschaftlichen Arbeit oder Steuererklärung gleichen. Sowohl von der Form als auch von der Länge her ist es wichtig, das richtige Maß zu halten.

Eine andere wichtige Frage ist die Problematik von internen und externen Diskussionen. Mit Sicherheit ist es wichtig, dass die FAU ihre Diskussionen nicht nur abgeschottet von der Außenwelt führt. An unserer Entwicklung diesbezüglich sollten wir Sympathisierende und Interessierte teilhaben lassen und deshalb unseren Diskussionsprozess soweit wie möglich transparent machen. Allerdings hat auch das seine Grenzen. Gewisse Fragen sind häufig sehr spezifisch, und man verschätzt sich, was das Interesse von Außenstehenden an solchen Fragen betrifft. Nicht selten wird das Bild erzeugt, bei der Organisation handele es sich um einen Haufen „verbohrter Spinner“, wenn solche Fragen übermäßig viel Raum einnehmen. Außerdem sind solche Fragen an Leute, die noch nicht weitergehend in unsere internen Diskussionen einbezogen sind, nur schwer vermittelbar. Nicht zuletzt wollen wir mit der *DA* unsere Ideen wirksam propagieren und zu kämpferischem, solidarischem Handeln ermutigen. Solche Diskussionen sind dafür aber meist ungeeignet.

Fragt euch also immer, ob euer Beitrag dem gerecht werden kann, also ob er wirklich von Interesse sein könnte für breitere Kreise und nicht nur für dich und bestimmte FAU-Mitglieder. Überlegt euch reiflich, ob ihr die erörterten Fragen nicht womöglich in der *DA* behandelt sehen wollt, nur weil sie euch selbst besonders wichtig sind. Nicht selten werden der Redaktion Beiträge zugesendet, deren Hintergrund eine aktuelle interne Auseinandersetzung bildet, wobei man sich dabei der Zeitung als Plattform bedienen möchte. Das mag in bestimmten spannenden

Einzelfällen sinnvoll sein. In der Regel wäre aber der richtige Weg, diese Beiträge in den FAU-internen Rundbrief zu stellen oder über unsere elektronischen Kanäle zu kommunizieren.

Und zu guter Letzt stellt sich die Frage nach Exklusivität und Aktualität. Die *DA* ist eine Zweimonatszeitung. Dieses Konzept bedingt, dass Beiträge, die nur über ein kurzes Strohfeuer berichten, denkbar ungeeignet sind. Denn unsere Beiträge müssen auch noch nach ein bis zwei Monaten relevant für die LeserInnen sein. Über Ereignisse einfach zu berichten, die man eine zeitlang in allen Medien vernehmen konnte, schließt sich dadurch schon aus. Deshalb legen wir Wert darauf, entweder Beiträge zu Ereignissen zu haben, die in der üblichen Berichterstattung zu kurz kommen bzw. gar nicht auftauchen, oder aber Beiträge, die ein größeres Thema aus unserer Sichtweise behandeln und einen anderen Blick auf die Angelegenheit ermöglichen.

2.

Konkrete Tipps

für AutorInnen

I. Schreibt für die LeserInnen

Das Wichtigste, was ihr beim Schreiben berücksichtigen müsst, ist eure Leserschaft. Womöglich erlebt ihr die Angelegenheit, von der ihr erzählt, auf einer alltäglichen Grundlage. Ihr wisst, wie es ist, im Hochsommer unter dem Metalldach eines Warenhauses zu arbeiten, wer Hinz und wer Kunz ist, und warum alle Mitarbeiterinnen sie hassen, was eine pneumohydraulische Hebevorrichtung ist oder was die Aufgaben einer In-Vitro-Fertilisationsassistentin sind, usw. Womöglich seid ihr auch im Bildungsbereich tätig und deshalb einige schwindelig machende Ausdrücke gewöhnt, die relativ komplexe theoretische Zusammenhänge beschreiben. Oder aber ihr seid schon lange in der FAU aktiv und hantiert wie selbstverständlich mit Bezeichnungen aus dem Organisationsleben oder der anarchosyndikalistischen Theorie.

Manche LeserInnen werden das eine oder andere auch wissen. Doch die *DA* wird genauso von ArbeiterInnen in verschiedenen Wirtschaftsbereichen, verschiedenen Arbeitsverhältnissen und verschiedenen Regionen gelesen wie auch von Erwerbslosen, SchülerInnen, Studierenden etc., sowohl von Leuten innerhalb als auch außerhalb der FAU. Deshalb ist es wichtig, Fachbegriffe zu erklären, Personen deutlich kenntlich zu machen, kurz klarzumachen, wie die Bedingungen vor Ort beschaffen sind, bei theoretischen Erwägungen hilfestellende Erläuterungen einzubauen – und sich immer zu fragen: „Wird das für jemanden begreiflich sein, der noch niemals etwas mit diesem Thema zu tun hatte?“

Wenn ihr euch nicht sicher seid, versucht, den Artikel einer Freundin oder einem Freund zu zeigen, und bittet sie/ihn, alles anzustreichen, was keinen Sinn ergibt oder mehr Erläuterung bedarf – und vielleicht eine Anmerkung an Abschnitte zu machen, wo ihr euch ebenso zu dem Gegenteil hinreißen lasst.

Denn es ist nicht weniger problematisch, die Schilderungen allzu sehr zu vereinfachen. Wenn LeserInnen sich plötzlich wie in einer Sendung-mit-der-Maus-Lernstunde vorkommen, kann das schnell dazu führen, dass der Beitrag als Geistlosigkeit beiseite geschoben wird oder sie sich gar „beleidigt“ fühlen. Jeden Gedanken zu sämigem Püree vorzukauen, erweckt nicht selten den Eindruck, man würde die LeserInnen für blöd verkaufen. Der Leseappetit wird letztlich durch die richtige Mischung geweckt, gedanklich gefordert zu werden, ohne sich an harten Nüssen die Zähne ausbeißen zu müssen.

Letztendlich ist es allerdings euer Beitrag und ihr müsst für euch selbst entscheiden, was in Ordnung geht und was nicht. Bedenkt einfach, dass es nicht nur für euch und eure KollegInnen in Ordnung sein muss – Leute aus anderen Arbeitsbereichen und in anderen Lebenssituationen müssen damit ebenso etwas anfangen können, sowohl hinsichtlich der Verständlichkeit als auch des Niveaus.

II. Die Fakten klar bekommen

Nichts passiert leichter, als den Namen oder die Dienstbezeichnung von jemandem falsch in Erinnerung zu haben oder zu verwechseln, oder die Einzelheiten von etwas, das vor einigen Jahren geschah, falsch erzählt zu bekommen; und es gibt keinen schnelleren Weg, eure Glaubwürdigkeit zu zerstören. Deshalb ist es wichtig, Namen niederzuschreiben (und die Schreibweise zu prüfen) und sich daran zu machen, Dinge selbst zu überprüfen, anstatt sich auf sein Gedächtnis oder auf einen Kommentar eines Bekannten zu verlassen.

Wenn ihr eine Äußerung hört, von der ihr denkt, dass ihr sie verwenden möchtet, schreibt sie auf der Stelle nieder. Wenn ihr bei Versammlungen, Aktionen, Ereignissen usw. dabei seid und es passiert etwas Interessantes, macht euch Notizen. Sammelt Handzettel, Verträge, Mitteilungen, Veröffentlichungen aller beteiligten Seiten, Artikel aus der Presse, die etwas mit der Angelegenheit zu tun haben, usw. – einfach alles, was helfen könnte, Einzelheiten festzunageln, wenn ihr schließlich euren Beitrag schreiben wollt. Wenn ihr euch mit jemandem unterhaltet und zu etwas Bestimmtem befragt, fragt nach dessen/deren Telefonnummer, damit ihr auf die Person zurückkommen könnt, falls erforderlich.

Eine Menge des von euch gesammelten Materials wird sich als unnütz erweisen. Doch es gibt nichts Frustrierenderes, als sich selbst dabei zu ertappen, wie man mitten im Schreiben eines Beitrags verzweifelt versucht, sich an etwas zu erinnern, was hätte in den Notizen stehen müssen.

Ebenso solltet ihr Acht darauf geben, dass ihr auch schreibt, was ihr zu sagen meint. Eine Menge von Leuten – einschließlich vieler Profi-Journalisten – ballern die Seiten mehr oder weniger zufällig mit Wörtern zu in dem Glauben, es sei deutlich genug, um den Kern dessen herauszustellen, was sie zu sagen beabsichtigen. Große Zeitungen haben schon viele Verleumdungsverfahren verloren, weil einige Redakteure bei der Bearbeitung von Artikeln zu erschließen versuchten, was ein unklar formulierter Satz bedeutete, und dabei letztlich falsch mutmaßten.

Auch die *DA* kann schnell in solch eine Situation hineinschlittern, gerade weil sie über Themen aus den Bereichen des Klassenkampfes berichtet. Dabei wird in der Regel mit harten Bandagen gekämpft. In Artikeln attackierte Unternehmer, Beamte oder Politiker sehen es nicht gerne, für ihre Praktiken in Misskredit gebracht zu werden, und können schnell jeden faktischen Fehler ausschlachten, um ihren Schaden zu begrenzen oder zum Gegenschlag auszuholen. Gerade

als Zeitung, die im Konflikt mit Kapital und Staat steht, ist es wichtig, so wenig wie möglich Angriffsfläche zu bieten.

Passt also auf, über welche Tatsachen ihr euch äußert und, vor allem, *wie* ihr euch dazu äußert. Oftmals steckt der Teufel im Detail und ein vermeintlich unscheinbarer Aspekt kann den Anlass für eine Verleumdungsklage bilden. Insbesondere solltet ihr im Hinterkopf behalten, dass die Redaktion euch vertrauen muss, da sie meist nicht jeden Aspekt überprüfen kann oder will. Ob als Problem möglicher Verleumdungsklagen oder einfach nur aus dem Anspruch heraus, dass wir uns nicht mit Falschheiten gegenüber den LeserInnen unglaubwürdig machen wollen: sorgloses Schreiben bleibt der Feind von Autorinnen und Redakteuren überall.

III. Gut Ding will Weile haben

Macht euch deshalb keine Sorgen, zu viele Informationen zu sammeln; es gibt immer noch die Möglichkeit, sie später auszusortieren. Versichert euch nur, dass ihr sie vollständig verstanden habt, gut genug, um in der Lage zu sein, sie jemand anderem ohne Probleme zu erklären. Bei einer komplexeren Angelegenheit ist es oftmals ein gute Idee, eine Liste der Hauptpunkte aufzustellen, die ihr im Verlauf des Beitrags ansprechen müsst. Überschaut dann die Liste und fragt euch, ob ihr die erforderlichen Informationen habt, um jeden Punkt ausreichend füllen zu können.

Erst wenn ihr die benötigten Informationen habt, ist es Zeit, sich hinzusetzen und zu schreiben. Aber schiebt es nicht bis zur letzten Minute hinaus – oftmals wird einem während des Schreibens klar, dass man vergessen hat, jemanden zu befragen, oder dass eine wichtige Tatsache nur noch unscharf im Gedächtnis geblieben ist, oder dass man sich zu einer komplexen Sache zu wenig Hintergrundinformationen besorgt hat, um sie lückenlos zu verstehen. Deshalb müsst ihr der Sache Zeit einräumen, um auf Leute zurückzukommen, die Hintergründe zu erschließen und vertrackte Tatsachen klar zu bekommen.

Andere Leute versteigen sich vollkommen und versuchen, alles bis zur letzten Kleinigkeit in ihrem Kopf klar zu haben, bevor sie überhaupt irgendetwas zu Papier bringen. Das ist ein großer Fehler. Es geht nämlich darum, sich hinzusetzen und zu schreiben. Lasst die Worte auf natürliche Weise herausströmen, wie wenn ihr zu jemandem redet. Macht dabei eure Empfindungen und Gedanken so eindeutig und lebhaft wie möglich.

Der erste Entwurf mag nicht perfekt sein. Manche Sätze werden einfach nicht rund, manche Gedanken nicht klar sein, und womöglich müsst ihr die Dinge ein wenig neu strukturieren. Ganze Abschnitte könnten dabei herausgenommen werden müssen. Womöglich habt ihr euch auch zuviel vorgenommen und werdet ein paar Nebenaspekte zusammenstreichen müssen, damit die Schlüsselfragen in den Vordergrund gestellt werden können. Wenn der Artikel eine Menge Arbeit erfordert, müsst ihr nicht gleich den ersten Entwurf jemandem zeigen. Bei allen AutorInnen zeigt sich beim ersten Runterschreiben eine ziemlich ungehobelte Erzählkunst; gute AutorInnen nehmen sich die Zeit, über das, was sie geschrieben haben, drüberzuschauen, und es zu überarbeiten, so dass es genau das aussagt, was sie auch sagen wollten, so präzise und lebhaft wie möglich.

Es geht nämlich darum, etwas so auf Papier zu bringen, dass man damit arbeiten kann, also darum, das Rohmaterial zu der Version zu vervollkommnen, die dem entspricht, was man erzählen möchte.

IV. Glaubwürdigkeit erzeugen

Erwartet nicht von den Leuten, euch zu glauben, nur weil ihr aufrichtige Menschen seid. Belegt jeden einzelnen Punkt, den ihr einzubringen versucht, mit bestimmten Fakten, euren eigenen Erfahrungen, Interviews mit anderen Beteiligten/Betroffenen und Ähnlichem.

Fakten sind heikle Angelegenheiten, und man muss sehr vorsichtig mit ihnen umgehen. Wenn z.B. eine Redakteurin an einem Satz arbeitet, der nicht richtig rund ist, oder wenn sie eine nachlässige Zeichensetzung in Ordnung bringt, kann sie nicht wissen, auf welche Weise ein Name hätte richtig geschrieben werden müssen, was die richtige Zahlenwert hätte sein müssen oder in welcher Abteilung genau denn nun diese oder jene Maßnahme eingeleitet wurde. Nichts bringt eine Zeitung schneller in Misskredit, als wenn LeserInnen feststellen müssen, dass sie in Angelegenheiten Unrecht hat, die sie aus eigenen Erfahrungen kennen.

Ihr seid unsere erste und oftmals einzige Auffanglinie, um abzusichern, dass die Redaktion die Dinge klar hat. Aus dem Gedächtnis zu schreiben oder auf vagem Wissen aufzubauen, ist dabei der sicherste Weg, um Fehler zu machen. Wenn ihr wisst, dass ihr euch an einen Beitrag machen werdet, nehmt euch einen Notizblock zur Hand. Schreibt die Namen von Personen (und ihre Dienstbezeichnungen bzw. Titel) auf, wie viele Leute vor Ort waren, was die aufgeworfenen Fragen waren, was ein Aushang oder ein Redner Interessantes besagte, den Namen des Unternehmens, etc.

Wenn überhaupt nur die Möglichkeit in Betracht kommt, dass ihr einen bestimmten Aspekt thematisieren möchtet, dann schreibt zusammenhängende Informationen auf der Stelle nieder, wenn ihr mit ihnen in Berührung kommt, oder – bei größeren Themen – besorgt euch die relevante Hintergrundliteratur. Wenn ihr nicht die Möglichkeit habt, die Dinge gleich aufzuschreiben, müsst ihr wahrscheinlich zum Ort des Geschehens zurück und die Informationen später einholen oder nachträgliche

Recherchen (z.B. über Literatur, Zeitungen, Internet usw.) anstellen. Egal welche Informationen ihr einzieht, vergewissert euch so oft wie möglich über deren Richtigkeit. Gerade bei komplexen Angelegenheiten übersieht man schnell ein Detail, was zu großen Missverständnissen oder Verwechslungen führen kann. Nicht selten sind sich AutorInnen ihrer Sache dermaßen sicher, dass sie, ihre Spur weiterverfolgend, ihr Missverständnis in alles hineinprojizieren und den Fehler vor lauter Selbstsicherheit nicht erkennen können oder wollen.

Seid vor allem bei Statistiken vorsichtig. Viele Studien und Reporte, in denen Zahlen erhoben werden, erläutern die Ergebnisse in einem recht bizarren Stil, so dass die Aussagen von Außenstehenden oder Laien schnell missverstanden werden können. Auch wenn ihr glaubt, den Sachverhalt erfasst zu haben, prüft noch einmal, ob ihr nicht etwas durcheinander gebracht habt, versucht, euch das Zahlenwirrwarr z.B. plastisch zu machen. Nicht selten verwenden „Spezialisten" auch für euch selbstverständliche Bezeichnungen, die in ihrem Zusammenhang dann aber doch etwas anderes meinen, weshalb ihr euch vielleicht einen gewissen Hintergrund aneignen solltet.

Das größte Problem ist aber womöglich, dass es zu einer Angelegenheit verschiedene Darstellungen gibt. In diesem Falle solltet ihr euch damit vertraut machen, wer sich hinter den Arbeiten genau verbirgt. Findet z.B. etwas über den sozialen Hintergrund der AutorInnen heraus, über die politische Verankerung des untersuchenden Instituts und welche Kriterien den Erhebungen zugrunde lagen, um letztlich zu enträtseln, welchen Zahlen aus unserer Sicht mehr Glauben geschenkt werden kann. Im Zweifelsfalle führt die verschiedenen Zahlen an und erläutert kurz die Problematik. Und da ihr nicht die einzigen seid, die mit solchen Widrigkeiten umgehen müssen, liegt es auf der Hand, dass sich in Artikeln anderer AutorInnen ebenso leicht Fehler einschleichen. Wenn ihr Zahlen aus einem Sekundärbeitrag habt, dann versucht deshalb bestmöglich auf die Originalquelle zurückzugreifen oder zumindest die Zahlen in irgendeiner Weise kritisch zu prüfen.

Ihr müsst ebenso sichergehen, dass die Fakten noch stimmig sein werden, wenn der Beitrag die Redaktion und die LeserInnen erreicht. Sogar simple Tatsachen können im Prozess durcheinander geraten: Wenn ihr von etwas schreibt, das „gestern“, „letzte Woche“ oder „am Donnerstag“ geschehen sei, dann müssen wir Vermutungen anstellen darüber, was ihr meint. Verwendet stattdessen das Datum. Nicht selten kommt es vor, dass eine erwähnte Person mittlerweile in eine andere Position versetzt wurde oder die geschilderte Situation eine drastische Wendung genommen hat. Den geschilderten Stand der Dinge klar einem Zeitpunkt zuordnen zu können, ist deshalb unerlässlich.

V. Lebendige Schreibweise

Viele Leute lernten in der Schule zu schreiben und versuchten, ihre LehrerInnen mit komplizierten Sätzen zu beeindrucken, mit hochtönenden Wörtern und Fleißseiten, mit denen man zeigen wollte, dass man eine Menge Arbeit hineingesteckt hat. Je länger und weniger fesselnd das Geschriebene war, umso besser die Benotung. Um aber mit euren GenossInnen über das, was für euch wichtig ist, zu kommunizieren, benötigt ihr eine andere Schreibweise – um einiges näher an der Weise, wie ihr mit euren FreundInnen sprecht. Eure Schreibweise sollte nämlich direkt und begeisternd sein, markant und farbenreich.

Denn die wenigsten LeserInnen wollen eine endlose Abfolge von verschwommenen Verallgemeinerungen, ständigen Zitaten und Fakten oder eine Häufung leerer Rhetorik lesen. Präsentiert ihnen deshalb Wortbilder – schildert Ereignisse oder Zustände mit genügend Einzelheiten, damit man sie sich sehend, hörend, fühlend, riechend oder tastend vorzustellen vermag. Redet über das Leben echter Menschen. Dinge immer nur mit Adjektiven („reaktionär“, „konformistisch“, „faschistoid“ usw.) zu umschreiben, wird nicht grundsätzlich geeignet sein, bringt stattdessen bestimmte Einzelheiten ein, kleine Tatsachen, welche die Essenz dessen erfassen, von dem ihr schreibt, und helft so den LeserInnen zu „sehen“, was geschah oder um was es geht.

Oft habt ihr mit Leuten zu tun, die in Jargons sprechen – Gewerkschaftsbürokraten neigen ebenso dazu, pompöses Geschwätz von sich zu geben, wie der Boss. Nebulöse Bürokratensprache wird von ihnen häufig dazu verwendet, um konkrete Ereignisse und Zustände (z.B. Massenentlassungen oder Sozialabbau) schleierhaft zu machen, und um sich vor den menschlichen Konsequenzen zu drücken. Nur weil die Menschen, mit denen ihr redet, oder die Dokumente, die ihr verwendet, durchdrungen von Jargon, formelhaften Redensarten und Wortgeklingel sind, bedeutet das nicht, dass ihr dasselbe tun müsst. Während ihr manchmal den Jargon und kapitalistische Gemeinplätze werdet zitieren müssen, um den LeserInnen zu zeigen, wie herzlos oder blödsinnig Bosse, Beamte und Politiker sein können, werdet ihr in der Regel den Jargon in klares Deutsch übersetzen müssen, damit jedem klar ist, was wirklich gesagt wurde und was sich hinter dem Gesums (z.B. vom „Sachzwang“) tatsächlich verbirgt.

VI. In der Tätigkeitsform schreiben

„Tätigkeitsform“ bezieht sich auf die Form des Verbes. Das Subjekt *handelt*, wenn ihr die Aktiv-Verbform verwendet. Wenn ihr die Passiv-Form verwendet, wird die Person, welche die Handlung vollführt, zum Objekt des Satzes. Das Objekt handelt nicht; *es wird etwas mit ihm vollzogen*.

Hier ein kleines Beispiel:

1. Die Produktion bei Opel Bochum stand mehrere Tage still, als die Fabrikarbeiter in einem wilden Streik waren.
2. Die Fabrikarbeiter bei Opel Bochum streikten mehrere Tage lang und legten damit die Produktion still.

Der erste Satz ist über die Firma und drängt die ArbeiterInnen in den Hintergrund. Der zweite Satz handelt von den ArbeiterInnen. Er ist in der Tätigkeitsform verfasst. Das meiste unklar Geschriebene beruht auf Passiv-Sätzen anstelle von Aktiv-Sätzen. Passiv-Sätze nehmen den Handelnden aus der Handlung heraus. „Abteilungsleiter Hansen schaltete die Maschine an, während gerade an ihr gearbeitet wurde“ ist ein Aktiv-Satz. „X machte Y“ ist ein Aktiv-Satz. Aber „Es geschah“, „Es wurde getan“, „Dort gab es dies“ sind alles Passiv-Sätze, welche die Handlung unklar und trübe machen. Und wenn ihr eure Schilderung so verfasst (in der Weise, wie es der offizielle Bericht wahrscheinlich tut) und sagt: „Die Maschine wurde angeschaltet, während daran gearbeitet wurde“, dann lasst ihr den für einen Unfall verantwortlichen Abteilungsleiter vom Haken.

Verwendet ebenso Adjektive mit Vorsicht. Eine Menge AutorInnen verwenden Wörter wie „offensichtlich“, „eindeutig“ und „selbstverständlich“. Doch wenn die Sache wirklich deutlich ist, sollte es durch eure Darstellung erkennbar werden. Wenn es nicht für alle offensichtlich erkennbar wird, dann solltet ihr einen Schritt zurückgehen und mehr Fakten in euren Artikel einbringen, so dass die LeserInnen den Punkt erfassen werden. Ihnen mit Adjektiven oder „klugscheißerischen“ Aussagen auf den Kopf einzuhauen, wird sie nicht dazu bringen, die Dinge auf eure Weise zu betrachten – eher ist das Gegenteil der Fall.

VII. Auf Tuchfühlung gehen

In einigen Fällen versuchen AutorInnen, den „objektiven“ Zeitungsstil zu imitieren und wenden sich der Passiv-Form, Verallgemeinerungen und einer „neutralen“ Erzählweise zu, um die Tatsache zu verbergen, dass sie über ihre eigene Situation schreiben oder eine eigene Meinung dazu haben – meist in dem Glauben, damit mehr Glaubwürdigkeit zu erzeugen. Das ist immer ein Fehler. Es ist weitaus wirkungsvoller, eine persönliche Schilderung zu schreiben, welche die LeserInnen die Ereignisse durch eure Augen sehen lässt. Wenn ihr wirklich wollt, dass die LeserInnen euch vertrauen, dann müsst ihr klarstellen, warum das Thema euch bewegt. Vermeidet Beiträge, bei denen sich die LeserInnen fragen müssen: Wer bist du eigentlich und was befähigt dich dazu, mir über solche Dinge etwas zu erzählen? In Zeiten, in denen jede Knallcharge irgendwo etwas publizieren kann, ist es nicht verwunderlich, wenn Leute eher skeptisch mit Informationen umgehen.

Wenn ihr z.B. über Arbeitsbedingungen schreibt, ist es üblicherweise am besten, die Sache nah und persönlich zu schildern (ihr könntet aus eurer Sicht über eure Arbeit reden oder die Angelegenheit darstellen, indem ihr einen Kollegen interviewt und sie durch seine Augen beschreibt). Wenn ihr aber bspw. über eine Demonstration schreibt, wird es oftmals eher geeignet sein, etwas distanzierter in der dritten Person zu erzählen. Ebenso bei Berichten über Entwicklungen auf höheren Ebenen, in die ihr selbst nicht involviert seid. Aber auch wenn z.B. politische Entscheidungen jenseits eurer Person getroffen werden, so seid ihr doch die Betroffenen. Und zumindest diesen Punkt gilt es, durch eine persönliche Schilderung herauszustellen. Dabei meint „persönlich“ nicht unbedingt die individuelle Betroffenheit. Wichtig ist, klarzustellen, dass ihr zu der Gruppe der Betroffenen (der Belegschaft, der Arbeiterklasse …) gehört und euch nicht etwa als Beobachter aus einem Elfenbeinturm präsentiert, der abstrakt über irgendwelche betroffenen Subjekte berichtet.

Ebenso sind Artikel verfehlt, die z.B. leuchtende Schilderungen von Zusammenstößen mit der Polizei beinhalten, aber noch nicht einmal im Ansatz diskutieren, warum z.B. FAU-Leute dabei in der ersten Reihe standen. Das mag zwar gut sein für die Springer-Presse, die Spektakel und Gewalt liebt und Zusammenhänge und Erklärungen hasst, doch wir versuchen, unsere Kollegen und Genossinnen über solche Fragen zu unterrichten und eine Bewegung aufzubauen. Achtet also

darauf, nicht allzu viele Zusammenhänge vorauszusetzen, die für euch womöglich selbstverständlich sind, sonst geht die Vermittelbarkeit flöten.

VIII. Bodenständig schreiben

Seid vorsichtig mit Abkürzungen. Wenn ihr z.B. in Arbeitsgruppen die ganze Zeit über bestimmte Paragrafen der Hartz-Gesetze mit anderen Leuten redet, von denen alle das Gesetzeswerk auswendig kennen, ist das in Ordnung. Doch in eurem Artikel müsst ihr das der überwiegenden Mehrheit eurer GenossInnen klarmachen, die die Gesetze niemals nur gesehen haben. Wenn ihr z.B. über die neuesten Entwicklungen bei der Hartz-Gesetzgebung schreiben wollt, dann versucht in erster Linie, die Entwicklungen zu charakterisieren und die Probleme zu erläutern, was das in konkreten Fällen bedeutet.

Verzichtet auf eine Auflistung von Paragrafen, Querweisen und die Erläuterung juristischer Finessen. Freilich, würdet ihr denselben Bericht für eine bestimmte Erwerbsloseninitiative oder eine Broschüre verfassen, solltet ihr auf jeden Fall spezielle Paragrafen in Einzelheiten diskutieren, damit eure GenossInnen mehr über ihre spezifischen Rechte lernen, und wie man von ihnen Gebrauch macht. Solche praktischen Hilfestellungen haben zu angemessenen Teilen auch ihren Platz in der *DA*, wie z.B. in unserer Rubrik *§§§-Dschungel.* Doch insgesamt ist die *DA* keine Rechtshilfepublikation, weshalb es genügen sollte, auf die entsprechenden Veröffentlichungen zu verweisen.

Beachtet auch die Probleme, die sich bei Abkürzungen ergeben. Während viele LeserInnen womöglich wissen, wofür AGG oder TV-ÖD stehen, tun das manche nicht, so dass ihr es beim ersten Mal klar aussprechen müsst – wenn auch nur als Erklärung in den Fußnoten[1].

Nachdem ihr fertig seid mit dem Schreiben, überschaut euren Beitrag, um zu schauen, ob ihr lange, komplizierte Sätze finden könnt, die ihr in zwei oder drei einfacheren Sätzen neu schreiben könntet, die einfacher zu lesen wären und den LeserInnen die Möglichkeit geben, zwischen den Gedanken Luft zu holen. Aber verfasst nicht jeden Satz in derselben Länge und derselben Struktur. Benutzt auch nicht wieder und wieder dieselben Wörter. Schafft Abwechslung, um die Dinge interessant zu halten.

[1] Dennoch stellen Fußnoten eine Ausnahme in der *DA* dar. In der Regel kommen sie nur dann vor, wenn sich eine notwendige Hintergrundinformation aufgrund ihres sperrigen Charakters (z.B. bei statistischen Aufzählungen) nur schlecht mit dem Textfluss des Artikels verträgt – oder wenn AutorInnen zuviel Zeit in Uni-Bibliotheken verbracht haben.

IX. Der Einstieg

Wenn hier vom „Einstieg“ die Rede ist, dann meint das die einleitenden Sätze eines Artikels. Es ist wichtig, dass ihr euren Beitrag mit etwas beginnt, das die LeserInnen packt, das ihnen zeigt, wovon der Beitrag handelt. Damit meinen wir keine Themenansage à la: „Der Artikel handelt von ...“, womit der Beitrag in allgemeinen Begriffen eingeleitet wird. Vielmehr suchen wir einen schneidigen Satz mit bestimmten Informationen, der das Interesse der LeserInnen weckt und ihnen *zeigt*, und nicht aufzählt, wohin der Artikel führen soll. Stopft euren Einstieg also nicht mit Namen und Daten von allem und jeden voll. Versetzt euch selbst in die Lage eurer LeserInnen und fragt euch: „Weshalb sollte sich irgendjemand für diesen Artikel interessieren?“

Hier ein Beispiel für einen Einstieg, der nicht in Ordnung geht:

> »Vom 4. bis zum 31. Oktober streikten die Flüchtlinge im Einreise- und Ausreiselager Blankenburg in der Nähe von Oldenburg (offiziell: Zentrale Aufnahme- und Ausländerbehörde Oldenburg). Begleitet wurde der Streik von weiteren Aktionen wie Demos, Kundgebungen, Pressekonferenzen etc., um die menschenunwürdigen Lebensbedingungen im Lager sowie ihre Forderungen in die Öffentlichkeit zu tragen, nämlich: [es folgt eine weitere Aufzählung] …«

Dieses Beispiel zeigt gut, mit was man die LeserInnen möglichst wenig begeistern kann. Diese Sätze mögen für die Meldung einer Presseagentur in Ordnung gehen, sie mag auch als einfache Kurzmeldung (z.B. in den Randspalten der *DA*) sinnvoll sein, wo es darum geht, grundsätzliche Informationen kurz und knapp rüberzubringen. Als Einstieg für einen Artikel, der sich womöglich über eine halbe oder ganze Seite erstreckt, ist das aber denkbar ungeeignet, da es eine Fortführung in ähnlich drögem Stil erwarten lässt. Dabei spielt es auch keine Rolle, dass die genannten Tatsachen für einen selbst womöglich hochinteressant sind, weil das Thema zu den eigenen Steckenpferden gehört und man alles dazu verschlingt. Es geht zunächst einmal darum, nicht involvierte LeserInnen für die Schilderung einzunehmen. Ist das gegeben, werdet ihr eine Menge an Möglichkeiten haben, sie mit Namen und Daten und Ähnlichem einzudecken.

Viele erfahrene AutorInnen schreiben erst den eigentlichen Inhalt des Artikels und kommen dann zum Anfang zurück. Auf diese Weise könnt ihr am besten eine aufregende Tatsache finden oder ein packendes Zitat, das die Essenz des Beitrags einfängt, oder eine vertraute Erfahrung, die bei den LeserInnen auf Widerhall trifft, oder eine provokante Behauptung, die das Thema kontrovers einleitet. Manche Einstiege stellen eine Frage voraus, andere führen einen Leitgedanken ein, der die Gedanken der LeserInnen durch den Artikel geleitet. Ein guter Einstieg ist besonders; wir wollen keine dieser Themenabstrakta, von denen unsere Universitätsprofessoren so angetan sind – wir wollen die LeserInnen packen und freiweg in die Schilderung einsteigen lassen.

X. Spannung erzeugen und halten

Lasst euren Artikel auch nicht im Verlauf oder zum Ende hin erlahmen. Viele, viele Artikel lesen sich, als wären sie von einem mechanischen Langeweile-Automaten ausgespuckt worden. Als erstes erhalten wir eine Liste der Anwesenden, erfahren den Ort und die Uhrzeit, um die das Geschehen begann. Dann wird Wortmeldung für Wortmeldung durchgegangen, mit einer Zusammenfassung davon, was jeder zu sagen hatte. Und am Ende der Schilderung erfahren wir, dass die Anwesenden dafür stimmten zu streiken oder dass der Richter ein bestimmtes Urteil fällte oder so. Das ist in Ordnung für den Protokollordner eines Syndikats, eignet sich aber nicht für unsere Zeitung. Stattdessen solltet ihr mit dem wichtigsten Teil eures Themas beginnen (bei diesem Beispiel: die Entscheidung zu streiken oder das Urteil). Dann solltet ihr erklären, warum. Dann wären ein paar Hintergrundinformationen angebracht für diejenigen, welche die Angelegenheit soweit noch nicht verfolgt haben, und eventuell ein paar wenige Zitate von Beteiligten oder Beobachtern. Doch es ist nicht notwendig, alle zu zitieren, die gesprochen haben, oder die Leute aufzulisten, die auf den Stühlen saßen oder die Versammlung leiteten.

Auch AutorInnen, die ihre Artikel inhaltlich auf die wesentlichen Informationen beschränken, wirken oftmals so, als hätten sie versucht, ein Telegramm, möglichst kurz und effizient, zu verfassen. Der Artikel wird so von Details zugestellt und nimmt einen monotonen Rhythmus an: „Im Betrieb gibt es keine angemessenen Aufenthaltsräume. Die Schutzvorkehrungen beschränken sich auf das Allernotwendigste. Oft haben Beschwerden gezielte Repressionen durch die Betriebsleitung zur Folge. Nur durch hartnäckigen Druck werden gewisse Arbeitsstandards eingehalten …“ Solche Auflistungen mögen teilweise Sinn machen, wenn man z.B. im Groben eine Situation charakterisieren möchte. Setzt sich ein solcher Stil aber über mehrere Absätze fort, wirkt das nicht nur einschläfernd, sondern auch nicht besonders geistreich. Wenn es wegen der Wichtigkeit unumgänglich ist, solche Punkte in größerem Umfang aufzulisten, dann versucht, die Monotonie durch Füllwörter und hin und wieder Floskeln zu durchbrechen. Stellt Sätze um, koppelt sie miteinander, aber streut auch immer wieder eigene Gedanken ein, die in eigenen Worten die Bedeutung des Geschilderten erfassen oder lebendige Vergleiche mit anderen Lebenssituationen darstellen.

Alles in allem ist es wichtig, beim Schreiben des Hauptteils des Artikels die Waage zwischen Effizienz und Lebendigkeit zu halten.

Was das Ende betrifft, so kommt es nicht selten vor, dass ein eigentlich sehr guter Artikel durch den Abschluss so gut wie zuschanden gemacht wird. Versucht nicht, mit einem Haufen von Parolen und Phrasen abzuschließen, die zum abertausendsten Mal den LeserInnen einhämmern sollen, dass es notwendig ist, sich zu organisieren, dass nur die Abschaffung des Kapitalismus unsere Probleme löst, dass man kämpfen muss, dass man auf den DGB scheißen soll, usw. usf. Das mag zwar alles richtig sein, aber zum einen können diese „Fazits“ auf fast alle unsere Beiträge angewendet werden und zum anderen werden die LeserInnen gelangweilt, wenn wir solche Dinge immer wieder wiederholen.

Entlasst die Leute mit einem neuen Gedanken, einem Zitat, das die Situation zusammenfasst, oder mit möglichen Lösungen. Die meisten von euch besitzen vermutlich genug Kreativität, um nicht in das retortenmäßige Schreiben mit vorgegebenen Bauteilen zu verfallen, wie es in der Schreibschule des Marxismus-Leninismus der Fall war. Wenn ihr also nicht widerstehen könnt, eine „Schlussfolgerung“ zu ziehen, dann schreibt sie, fragt euch aber, wenn ihr das getan habt, ob der Beitrag nicht besser wäre, wenn ihr sie weglasst.

XI. Die Mücke nicht zum Elefanten machen

Ihr solltet auch vermeiden, ein falsches Bild entstehen zu lassen, was z.B. die Leistungen der FAU betrifft. Gewiss solltet ihr die Tatsache erwähnen, dass FAU-Mitglieder bei den Streikposten mit dabei waren oder am Rande einer Sache Flugblätter verteilt haben. Aber wenn zwei FAU-Mitglieder an einer Demonstration von Tausenden von Leuten teilnehmen, wäre ein Artikel-Einstieg, der davon handelt, wie die FAU mobilisiert habe, um streikende ArbeiterInnen zu unterstützen, ungerecht gegenüber denen, die tatsächlich die Arbeit geleistet haben, und würde schließlich dazu tendieren, uns zu diskreditieren. Die FAU muss sich im Großen und Ganzen nicht verstecken, so dass es eine Menge legitimer Möglichkeiten gibt, für uns zu werben, ohne die Lorbeeren für Vorkommnisse einzusäckeln, mit denen wir bestenfalls am Rande etwas zu tun haben.

Wenn ihr von Ereignissen schreibt, sollten diese einen gewissen Nachrichtenwert haben. Wenn es z.B. darum geht, dass drei FAU-Mitglieder in Oberhettenleitelheim Flugblätter verteilt haben (und womöglich in Wirklichkeit nur fünf Stück losgeworden sind), dann gibt das nun mal nicht mehr her als für eine Meldung in der Randspalte oder im FAU-Ticker. Ingesamt sollten Ereignisse die Kriterien erfüllen, dass sie FAU-relevant sind und eine gewisse Größe haben, um genügend Stoff für einen (kleinen) Artikel zu bieten. Wenn ihr dann z.B. etwas über eine bestimmte Demonstration oder Protestaktion schreibt (und nicht etwa über eine übergreifende Kampagne zu der sie womöglich gehört – das erfordert mehr), dann versichert euch, dass ihr uns die grundsätzlichen Dinge mitteilt: warum ihr dort gewesen seid, wann und wie viele Menschen losmarschierten, was passierte, was erreicht wurde. Mit einem Artikel z.B., dessen Thema eine größere Protestaktion ist und der mit Ereignissen beginnt, die Jahre zuvor geschehen waren und dann nicht einmal halbwegs auf das angebliche Thema eingeht, können wir wenig anfangen.

Bei einem Bericht über eine Demonstration sollte sich wahrscheinlich euer Einstieg darauf konzentrieren, wie viele Leute dort waren und was sie gefordert haben, solange es nichts Zugkräftigeres gibt (wenn z.B. Demonstranten das Gebäude gestürmt und den Boss auf die Straße geschmissen haben; oder – sagen wir mal – die Polizei zwei Menschen getötet hat, als sie das Feuer auf die Menge eröffnete; oder – was unwahrscheinlicher ist – auf der Kundgebung die Vertreter der großen Gewerkschaften zum Generalstreik aufforderten). Ihr solltet euch die Transparente und Symbole anschauen, um eine Ahnung davon zu haben, wer die Beteiligten sind,

und mit Leuten darüber reden, warum sie gekommen sind. Beachtet auch die Sprechchöre, um die Dinge besser einschätzen zu können. Und wenn Redner etwas wirklich Interessantes sagen, dann haltet das schriftlich fest.

All das ist wichtig, um den Beitrag *überhaupt* schreiben zu können. Doch niemand möchte einen Artikel lesen, der von den Slogans auf den Transparenten und in den Sprechchören handelt. Und ebenso benötigen wir sicherlich keine Abschrift jeder langweiligen Rede von jedem Studirevoluzzer und Politspinner im Lande. Verzettelt euch also bei einem Bericht nicht, denn Demonstrationen können zwar (je nach Zusammenhang) gelegentlich von Wichtigkeit sein, in der Regel spielt sich dabei jedoch stets das Gleiche ab. Wenn damit keine größeren Besonderheiten verbunden sind, sollte der Umfang solch eines Artikels gering gehalten werden.

3.

Technisches, Teamarbeit und Aufputz

I. Das richtige Maß

Neben den konkreten Tipps für die Schreibkunst gilt es weiterhin zu beachten, dass euer einzelner Artikel sich konzeptuell auch in das Gesamtpaket einfügen muss. In der *DA* gibt es z.B. für jedes Thema auch ein richtiges Maß, was die Länge des Artikels betrifft. Eine kleine Zweimonatszeitung wie die unsere muss ihre Platzeinteilung sehr viel sorgfältiger bedenken als z.B. eine umfassende Wochenzeitung. Wenn ihr euch die *DA* anschaut, werdet ihr feststellen, dass es für Artikel in der Regel effektiv 14 Seiten (Berliner Format) gibt. Es liegt auf der Hand, dass wir, wenn wir die Zeitung spannend halten wollen, keine übermäßig langen Artikel abdrucken können. Würden wir das machen, hätten wir womöglich nur fünf bis sieben Themen in jeder Ausgabe. Es ist deshalb wichtig, dass ihr auch das richtige Maß für euer Thema findet. Und das hängt im Wesentlichen entweder vom Nachrichtenwert des Ereignisses ab oder von der Wichtigkeit, die das entsprechende Thema für eine revolutionäre Gewerkschaftsbewegung hat.

Wenn ihr z.B. über ein Antifa-Thema schreiben wollt, dann hat das auch in der *DA* seinen Platz. Wenn ihr aber Einzelheiten ausführlich erläutern wollt, dann solltet ihr den Artikel einer anderen Zeitung anbieten, ebenso wenn es bspw. um innerlinke Auseinandersetzungen, sehr spezifische theoretische Diskussionen oder – sagen wir mal – die Ökologiebewegung geht. Für all das gibt es viele Zeitungen, die sich darauf spezialisiert haben.

Die meisten Artikel in der *DA* umfassen ca. eine halbe Seite, weniger Artikel nehmen eine ganze Seite ein. Lediglich unsere *Hintergrund*-Rubrik veröffentlicht komplexere Artikel, die regelmäßig zwei Seiten umfassen. Wenn ihr euch das in ein paar alten Ausgaben genauer anschaut, könnt ihr sicherlich besser einschätzen, welchen Themen wir welche Wichtigkeit beimessen. Und falls ihr meint zu wissen, dass euer Thema unbedingt in die *DA* mit einem bestimmten Umfang gehört, dann dienen euch folgende Werte als Richtschnur, an der ihr überprüfen könnt, ob ihr den von euch angedachten Raum ausgefüllt oder gesprengt habt:

- Kleine Kurzmeldung (bis zu 1/3 einer Spalte): 300-500 Zeichen;
- Mittlere Kurzmeldung (bis zu 1/2 einer Spalte): 500-1.000 Zeichen;
- Große Kurzmeldung (bis zu einer ganzen Spalte): 1.000-2.000 Zeichen;
- Kleiner Artikel (bis zu 1/3 einer Seite): 2.000-3.500 Zeichen;

- Mittlerer Artikel (bis zu 1/2 einer Seite): 3.500-5.000 Zeichen;
- Großer Artikel (bis zu einer ganzen Seite): 5.000-10.000 Zeichen;
- Komplexer Artikel (z.B. zwei *Hintergrund*-Seiten): bis zu 20.000 Zeichen.

Die Zeichenzahl ist eine sehr wichtige Angelegenheit; mit ihr arbeitet die Redaktion, wenn sie den Platz der kommenden Ausgabe einteilt oder mit euch über die Länge eures Artikels kommuniziert. Ihr erfahrt die Zeichenzahl des von euch Geschriebenen in der Regel, wenn ihr in eurem Textprogramm den Menüpunkt „Datei“ öffnet und dort auf den Punkt „Eigenschaften“ bzw. „Statistik“ (oder so ähnlich) geht; bei MS Word steht die Funktion unter „Extras“ und „Wörter zählen“ zur Verfügung. Bei der *DA* wird mit derjenigen Zahl gearbeitet, die auch die Leerzeichen mit einberechnet – das ist wie mit vollen und leeren Flaschen, die nehmen beide Platz weg. Und da wir grad bei technischen Finessen sind: Ihr solltet uns die Artikel nicht in programmspezifischen Dateiformaten wie .doc oder .odt zusenden, sondern im kompatiblen .rtf-Format – das Dateiformat könnt ihr mit „Speichern unter“ definieren.

Zurück zur Textlänge: Wenn ihr also einen Artikel einsendet, der ca. 40.000 Zeichen lang ist, dann könnt ihr davon ausgehen, dass es für ihn (in dieser Form) keine Verwendung gibt. Freilich könnt ihr ihn dennoch der Redaktion zuschicken. Dann wird sie euch sagen, was sie von ihm generell hält, und womöglich mit euch verabreden, dass ihr eine kürzere Version von dieser oder jener Länge einsendet. Und ebenso kann das auch bei jedem kürzeren Artikel so laufen, wenn die Redaktion nicht der Meinung ist, dass sie dem Thema so viel Raum geben kann.

Aber um solche Zusatzarbeiten oder Absagen zu vermeiden, bedarf es nicht viel: Wenn ihr euch einfach schon vor eurer Schreibarbeit an die Redaktion wendet, kann sie mit euch schon im Vorfeld die ungefähre Zeichenzahl festlegen, an die ihr euch halten solltet. Und ehrlich gesagt, ist das der Weg, den man möglichst immer gehen sollte. Denn die Redaktion sieht es nicht so gerne, mit unerwarteten Tatsachen konfrontiert zu werden. Außerdem legen wir bei der *DA* großen Wert auf die Kooperation zwischen Redaktion und AutorInnen, so dass es bei allen Seiten nicht zu Enttäuschungen über die neueste Ausgabe kommen kann. Nicht zuletzt gestaltet sich der Prozess gemeinsam konstruktiver.

II. Vorabsprachen mit der Redaktion

Sicherlich wollt ihr es vermeiden, dass ihr euren Artikel umsonst schreibt oder viel an ihm geändert werden muss, weil er nicht die Kriterien erfüllt, die wir oben geschildert haben, oder weil die Redaktion den Platz für die nächste Ausgabe schon anderweitig verplant hat. Um das umzugehen, ist euch mit dieser vorliegenden Schrift schon ein gutes Stück geholfen, wenn ihr sie aufmerksam gelesen habt. Aber am besten ist selbstverständlich, wenn ihr euch im Vorfeld mit der Redaktion absprecht.

Die *DA* ist nicht die größte Zeitung, und weil sie zudem ein recht spezifisches Profil hat, muss die Redaktion sorgfältig planen und in der Regel konkret AutorInnen zu bestimmten Themen anfragen. Kurz vor Redaktionsschluss (den nächsten könnt ihr immer der letzten Seite der aktuellen *DA* entnehmen) noch einen unerwarteten Artikel hereinzubekommen, verkompliziert in der Regel den weiteren Ablauf. Allein schon einen guten Artikel von euch ablehnen zu müssen, weil es der Platz nicht mehr hergibt, ist sowohl für euch als auch die Zeitung schade. Und auch einen anderen Artikel selektiv „rausschmeißen“ oder zurückstellen zu müssen, um eurem den Vorzug zu geben, ist für alle Beteiligten recht unangenehm – besonders wenn der Autor des zurückgenommenen Artikels konkret angefragt wurde. In der Regel wird die Redaktion deshalb euren Artikel nicht verwenden können, wenn ihr ihn unerwartet auf den letzten Drücker einschickt – mag er noch so gut sein.

Wenn euch also ein Thema vorschwebt, über das ihr schreiben möchtet, dann sagt das der Redaktion so frühzeitig wie möglich. Überlegt euch auch, in welche Rubrik der Artikel wohl gehört und schreibt die entsprechende Teilredaktion an. (Die aktuellen E-Mail-Adressen der Teilredaktionen findet ihr immer auf der letzten Seite der *DA*.) Falls ihr nicht sicher seid, in welche Rubrik er passen würde, dann könnt ihr auch die Gesamtredaktion (da-schlussredaktion@fau.org) anschreiben.

Wenn ihr dann die Redaktion anschreibt, versucht kurz zu schildern, was ihr vorhabt und welcher Umfang euch für den Artikel vorschwebt. Falls ihr noch nicht für die *DA* geschrieben habt, wäre es auch sinnvoll, etwas zu eurer Person zu sagen, also ob ihr in der FAU seid, wenn ja, wo, oder ob ihr einen bestimmten Hintergrund habt, der euch dazu befähigt, über das entsprechende Thema zu schreiben. Es mag sein, dass die Redaktion mit euren Vorstellungen zufrieden ist und mit euch einen konkreten Termin ausmacht, bis wann sie den Artikel benötigt.

Es kann aber auch sein, dass sie ein paar weitere Anregungen für euch hat oder euch nicht so viel Platz für das Thema zur Verfügung stellen kann. Sagt dann, ob ihr den Gegenvorschlag umsetzen könnt, damit sich die Sache festklopfen lässt. Wenn ihr meint, dass ihr das unter diesen Bedingungen nicht hinbekommt, dann sagt das auch klipp und klar. Die Redaktion muss sich darauf einrichten oder womöglich die Sache ganz abblasen können.

Womöglich findet die Teilredaktion auch, dass das Thema nicht in ihre Rubrik passt. Dann wird sie euch einfach an eine andere Teilredaktion verweisen. Und im schlimmsten Falle wird sie euch mitteilen, dass sie keine Verwendung für euer Vorhaben hat – entweder weil es nicht in die *DA* passt oder weil der Platz schon vergeben ist. Seid in diesem Falle nicht böse. Die Redaktion wird vom Kongress der FAU gewählt und ist damit beauftragt, das Profil umzusetzen, wie es von der Organisation gewünscht wird. Am Ende ihrer Mandatszeit muss sie sich für das von ihr Geleistete verantworten können.

Habt ihr euch mit der Redaktion abgesprochen, dann haltet euch auch bitte an die Vereinbarungen. Die RedakeurInnen benötigen eine gewisse Planungssicherheit, um ihre Arbeit machen zu können. Sie alle arbeiten unbezahlt und machen diese Aufgabe meist neben ihrem Beruf oder dem Studium. Es ist deshalb wichtig, dass sie sich auf euch verlassen können und nicht immer wieder vor unerwarteten Extraaufgaben stehen. Wenn ihr also feststellt, dass ihr den Artikel doch nicht schreiben oder dass ihr den Termin nicht einhalten könnt, dann gebt so schnell wie möglich Bescheid. (Und vielleicht könnt ihr ja auch jemanden empfehlen, der den Artikel an eurer Stelle schreiben kann.) Einen Artikel zuzusagen und dann doch nicht zu liefern – und womöglich zwischendurch immer wieder den Termin aufzuschieben – macht euch unglaubwürdig und führt dazu, dass die Redaktion nicht mehr mit euch arbeiten möchte. Schon so manche AutorInnen, die eigentlich gute Schreiberfähigkeiten haben, sind dadurch für die Redaktion unbrauchbar geworden.

Und schließlich noch eine Sache, die die Redaktion vorab wissen muss: Wenn ihr einen Beitrag der *DA* anbietet, solltet ihr die Redaktion auch darüber informieren, ob ihr ihn nicht bereits woanders veröffentlicht habt. Wir bevorzugen nämlich exklusive Beiträge; und Wiederveröffentlichungen würden unserer kleinen Zeitung ein stückweit die Existenzberechtigung rauben. In bestimmten Fällen machen Wiederveröffentlichungen Sinn, z.B. wenn der Beitrag bisher nur in ausländischen Zeitungen veröffentlicht wurde und wir ihn auch in Deutschland gelesen sehen wollen, oder aber wenn der Beitrag in einer Zeitung erschien, die eine

vollkommen andere Leserschaft als die *DA* hat (wahrscheinlich wird dann aber der Inhalt kaum für uns geeignet sein.)

III. Die Redaktion ist eure Freundin

Wenn ihr euren Artikel letztendlich einsendet, mag es sein, dass das doch nicht ganz das ist, was sich die Redaktion vorgestellt hat. Womöglich ist der Artikel trotz Absprache zu lang, oder es wurden leider ein paar wichtige Aspekte darin nicht angesprochen, oder aber das Hauptaugenmerk des Artikels kreist viel zu sehr um einen Aspekt. Das ist nicht so gut, aber auch kein Beinbruch. In der Regel habt ihr mit der Redaktion einen Abgabetermin ausgemacht, der es zulässt, dass die Redaktion sich nochmals bei euch meldet, euch ihre Kritik vorträgt und euch bittet, den Artikel bis zu einem bestimmten Zeitpunkt entsprechend umzuarbeiten.

Meldet euch dann schnell zurück und sagt an, ob ihr die Zeit und die Kapazitäten habt, das noch bis zum genannten Zeitpunkt zu machen. Falls nicht, dann solltet ihr zumindest der Redaktion die Erlaubnis geben, die Abänderungen und Kürzungen selbst vorzunehmen. Wenn ihr gar nichts explizit dazu verlauten lasst, wird die Redaktion davon ausgehen, dass sie das darf, weil es zu den üblichen Redaktionsarbeiten gehört. Sagt es also ausdrücklich, wenn ihr nicht wollt, dass sie über die üblichen Korrekturen hinaus selbst Hand daran legt. Wundert euch dann aber nicht, wenn sie keine Verwendung mehr für den Artikel hat, weil sie sich damit zu unflexibel macht.

Viele AutorInnen senden ihren Artikel ein und haben nichts dagegen, dass die Redaktion Änderungen vornimmt. Das ist gut, weil sie dann nicht vor der Wahl steht, gleich den ganzen Artikel weglassen zu müssen, wenn daran etwas nicht stimmt. Allerdings ist es immer am besten, wenn die AutorInnen bereit sind, die Abänderungen selbst vorzunehmen. Auch die Redaktion hat nicht immer die Zeit, einen Artikel umfassend zu bearbeiten. Wenn sie nämlich einen Artikel um die Hälfte kürzen muss, ist das eine ziemlich schwierige Aufgabe, weil ihr es eigentlich besser wissen solltet, was wichtig ist und was weniger. Diese Aufgabe einfach den RedakteurInnen zu überlassen, ist also nicht sehr vorteilhaft für alle Beteiligten und schafft womöglich bei euch Enttäuschung über das letztendliche Ergebnis. Arbeitet deshalb mit der Redaktion zusammen und verteilt die Arbeit somit auf mehrere Hände.

Es ist also für alle Beteiligten am besten, wenn ihr frühzeitig euren Artikel einsendet und für Veränderungsarbeiten bereitsteht. Seid deswegen auch erreichbar, so dass ihr auch reagieren könnt. Im Idealfall gebt ihr der Redaktion eine Telefonnummer von euch, damit sie euch auch sprechen kann, wenn es dringend wird. (Seid euch sicher, dass sie vertraulich damit umgeht.)

Im schlimmsten Falle ist der von euch angekündigte Artikel schlichtweg unbrauchbar, entweder weil er das Thema gänzlich verfehlt hat, einfach viel zu lang ist (z.B. um das dreifache) oder einfach nicht sonderlich gut geschrieben ist, so dass auch eine redaktionelle Bearbeitung nicht viel bringen würde. Seid dann nicht böse oder entmutigt – die Redaktion wird schon ihre Gründe dafür haben, euch so ein hartes Urteil zu präsentieren. (In der Regel wird sie aber gemeinsam mit euch daran feilen wollen.)

Gerade wenn ihr zum ersten Mal für die *DA* schreibt, kann das vorkommen. Das ist zwar schade, aber nicht weiter schlimm, wenn ihr nicht etwa reaktionäre Sichtweisen in eurem Artikel offenbart habt. Wahrscheinlich habt ihr euch einfach bei dem Thema übernommen und müsst das Schreiben noch ein bisschen mehr praktizieren. Oder ihr habt euch wirklich einfach an die falsche Zeitung gewendet. Wenn ihr also weiter am Ball bleiben wollt, dann wird euch die Redaktion sicherlich sagen, was ihr falsch gemacht habt oder warum das nicht in die *DA* passt. Sicherlich wird sie euch auch ein paar Tipps geben können. (Vielleicht bist du ja auf diese Weise an diesen Text gekommen.) Und beim nächsten Mal solltet ihr euch vielleicht erstmal etwas kleineres vornehmen, oder euch mehr Zeit für den Artikel lassen, oder euch an eine andere Zeitung wenden, die näher an dem Thema dran ist …

In jedem Falle geht es der Redaktion nicht darum, jemandem ans Bein zu pissen oder etwas zu zensieren. Sie versucht einfach das umzusetzen, wofür sie beauftragt wurde. Und die FAU würde sich keine eigene Zeitung mit Redaktion leisten, wenn sie der Meinung wäre, dass dort jedes Thema, mit jedem Umfang, mit jeden Aussagen Platz hätte, die nur noch von irgendjemanden nebeneinander gestellt werden müssten. Sicherlich machen auch die RedakteurInnen mal Fehler, doch wenn ihr Vorabsprachen trefft und euch an die Vorgaben haltet, dann respektiert ihr die Arbeit, die sie machen müssen – und sie ebenso eure.

IX. Der letzte Schliff

Wenn ihr nicht viel falsch gemacht und die Abmachungen mit der Redaktion eingehalten habt, muss die Redaktion in der Regel nur noch die üblichen Redigierungen vornehmen. Das heißt, sie korrigiert eventuelle Grammatik- und Rechtschreibfehler, beseitigt semantische Unstimmigkeiten und vereinfacht allzu komplexe Sätze ein wenig. Womöglich nimmt sie auch hier und da ein paar Kürzungen und Wortveränderungen vor – all das aber ohne den Inhalt zu verfälschen. Und wenn ihr alles richtig gemacht und euch eingeprägt habt, welchen Schliff wir unseren Artikeln in der Endfassung geben, dann muss die Redaktion womöglich gar nichts mehr an dem Artikel machen.

So benötigt jeder Artikel – einschließlich der Kurzmeldungen – einen Titel. Dabei gilt es zu beachten, dass er nicht zu einem akademischen Lehrsatz mutiert, sondern verständlich bleibt. Er sollte also kurz und knackig sein sowie einen plakativen ansprechenden Inhalt haben, der bestmöglich etwas mit dem Kern der Sache zu tun hat. Einige AutorInnen neigen dazu, Redewendungen aus anderen Sprachen zu verwenden oder aber Titel aufzusetzen, die so nüchtern wie in der Tagesschau klingen. Beides ist für die *DA* nicht geeignet. Die Titel sind äußerst wichtig als Anregung für die LeserInnen. Wir wollen deshalb, dass alle LeserInnen ihn lesen und verstehen können und trotzdem nicht dabei schon gelangweilt werden. Wenn ihr einen zu langen, einen unverständlichen, einen zusammenhangslosen oder schlichtweg langweiligen Titel wählt, wird die Redaktion sich um eine Änderung bemühen müssen.

Außerdem versehen wir jeden Artikel mit einer Unterüberschrift. Während der Titel eher als Anreiz dient, soll sie präzisieren, um was es bei dem Artikel geht. Hier nützen keine schönen oder schwungvollen Worte. Wenn ihr letztlich euren Titel und eure Unterüberschrift stehen habt und daraus nicht klar wird, wovon der Beitrag handelt, dann könnt ihr sicher sein, dass weniger Leute euren Artikel lesen werden. Wenn ihr also nicht der Redaktion die Aufgabe überlassen wollt, die LeserInnen mit etwas „einzufangen“, dann stellt sicher, dass eure Unterüberschrift auch wirklich brauchbar ist. (Wie immer könnt ihr natürlich, wenn ihr euch über Länge und Art von Titel und Unterüberschrift nicht sicher seid, einen Blick in ältere Ausgaben riskieren.)

Eine weitere Sache, mit der wir versuchen, unsere Artikel ansprechender und lesefreundlicher zu gestalten, sind Zwischenüberschriften. Bei Artikeln über 5.000 Zeichen sollen sie zum einen das Erscheinungsbild ein wenig auflockern und zum anderen mit Schlagwörtern, die den Inhalt größerer Sinnabschnitte so gut wie möglich erfassen, zum Lesen animieren. Gleichzeitig dienen

sie als eine Art Wegweiser durch den Artikel. Wo genau Zwischenüberschriften Sinn machen, ergibt sich aus dem Inhalt bzw. den inhaltlichen Blöcken. Zu beachten wäre allerdings, dass es derer nicht zu viele sind und sie auf ungefähr gleich große Blöcke verteilt sind. Wie es der Name sagt, sind diese Überschriften *zwischen* den Passagen angesiedelt, vor die einleitenden Absätze sollte also keine gesetzt werden. Bei einem Artikel mit 5.000-6.000 Zeichen wird wohl eine Zwischenüberschrift genügen; ein Beitrag mit 10.000 Zeichen sollte aber drei bis vier besitzen. Im Prinzip gilt das Idealmaß, zwischen Blöcken von 2.500-3.000 Zeichen eine Zwischenüberschrift zu platzieren. Auch hierbei könnt ihr der Redaktion ein Stück Arbeit abnehmen – und in der Regel seid ihr ja als diejenigen, die mit dem Thema am besten vertraut sind, besser dafür geeignet.

Achtet auch darauf, euren Beitrag geschlechtsneutral zu verfassen. Wenn ihr Personengruppen nennt, dann unterschlagt nicht, wie so häufig, eines der beiden Geschlechter. Im Zweifelsfall könnt ihr euch dafür des sog. Binnen-I (z.B.: die LeserInnen) bedienen, aber schöner und flüssiger ist es, wenn ihr versucht, auf Partizipien (z.B.: die Studierenden) zurückzugreifen. Oftmals lässt sich kein geeignetes Partizip finden oder ist die Binnen-I-Konstruktion nicht möglich (z.B. bei: Bauern und Bäuerinnen). In diesem Falle solltet ihr beide Formen aufzählen, oder – wenn die Nennung unbestimmt ist – ihr wechselt die weibliche und die männliche Form im Laufe des Textes ab. Wichtig ist dabei vor allem, dass ihr den LeserInnen kein Wirrwarr aus Querbalken und Bindestrichen zumutet. Passt aber auf, dass ihr nicht aus Versehen den Inhalt verfälscht. Manche AutorInnen haben diese Schreibweisen so verinnerlicht, dass sie sie schon rein mechanisch verwenden und z.B. von „PolitikerInnen“ reden, auch wenn bei dem geschilderten Ereignis keine Frauen beteiligt waren – oder andersrum. Und vergesst nicht: Ein Neutrum erfordert keine weibliche Form; zum Beispiel: *Mitglied, das.* Auf Wunsch schickt euch die Redaktion gern weiteres Info-Material zum Thema geschlechtsneutrale Sprache zu. (Mit Blick auf den nächsten Satz sei noch darauf hingewiesen, dass wir bei Substantiven, die zwar eine maskuline Personenbezeichnung enthalten, aber selbst keine Personenbezeichnung sind, auf eine Anpassung verzichten.)

Ein weiterer Punkt, der gerne unterschätzt wird, ist die Autorennennung. Vielen LeserInnen ist es wichtig zu wissen, wer den Artikel geschrieben hat. Wenn ihr euren gesamten Namen nicht nennen wollt, dann ist das verständlich. Legt euch dann aber am besten ein wahrnehmbares Pseudonym zu. Wenn ihr anonym schreibt oder nur mit einem Vornamen (z.B. Olli) oder mit seltsamen Kürzeln (z.B. ACAB), dann wirkt das nicht nur auf viele so, als würdet ihr euch mit

eurer Meinung verstecken, es fehlt auch einfach der Wiedererkennungswert. Artikel bestimmten AutorInnen zuordnen zu können, macht die Sache nicht nur glaubwürdiger, die LeserInnen wissen dann mit der Zeit auch, woran sie sind, wenn sie die Artikel von diesen AutorInnen lesen.

X. Bilder – das Salz in der Suppe

Bilder sind wichtig, um eine Zeitung attraktiv zu machen. Zum einen kommt hier der ästhetische Aspekt zum Tragen; denn ein bleiwüstiger Artikel, der keine auflockernden Elemente enthält, stellt eine Anstrengung für Auge und Geist der LeserInnen dar. Zum anderen können Bilder helfen, die Geschichte zu erzählen; sei es ein Bild, das die behandelten Menschen nahe bringt, sei es ein Bild, das die beschriebenen Ereignisse mitzuerleben hilft, sei es ein Bild, das die geschilderte Situation exemplarisch festhält, sei es ein Schaubild, das hilft, bestimmte Dinge zu illustrieren, sei es eine Zeichnung oder interessante Aufnahme, die die Essenz des Artikels witzig untermalt …

Wenn ihr einen Artikel für die *DA* schreibt, dann könnt, nein, sollt ihr die Redaktion auch bestmöglich bei der Bildersuche unterstützen. In gewisser Weise ist sie auf euch angewiesen, schließlich seid ihr in das Thema involviert und habt womöglich die größere Ahnung, was dafür in Frage kommt. Vor allem, wenn ihr über etwas vor Ort berichtet, werdet ihr wohl die einzigen sein, die diesbezüglich etwas beisteuern können. Und ansonsten sollte es auch euer Anspruch sein, den Artikel selbst zu Ende zu bringen; denn erst mit Bildmaterial ist er komplett.

Inhaltlich kommt eigentlich alles in Frage, was hilft, die Erzählung zu unterstützen. Das schließt selbstverständlich alles aus, was mit dem Geschriebenen im Widerspruch steht, oder Kernaussagen nicht vermitteln kann. Wenn ihr z.B. davon erzählt, dass ein DGB-Bezirksleiter auf einer Veranstaltung mit Tomaten beworfen wurde, solltet ihr uns kein Bild zusenden, das ein paar seiner ihm zujubelnden Anhänger zeigt. Oder wenn ihr hämisch schildert, wie einem Politiker bei einem Publicity-Betriebsbesuch von der Belegschaft die kalte Schulter gezeigt wurde, dann wäre ein Bild von leeren Reihen passender als von dem Politiker auf seiner Tribüne.

Vergleichsweise einfach zu beantworten ist die Frage nach den Bildern unter technischen Aspekten: In der *DA* können bisher aus Kostengründen nur Schwarz/Weiß-Bilder gedruckt werden. Natürlich können auch Farbfotos verwendet werden, aber das Layout wird sie letztlich in Graustufenbilder umwandeln. Wenn euch also ein Bild vorschwebt, dessen Sinn mit der Wiedergabe von Farben steht und fällt, wird dieses dadurch nutzlos. (Keine Angst, ein Bild von einem schwarz-roten Fahnenmeer, bleibt dennoch aussagekräftig – es gibt ja Untertitel.) Die Bilder können in allen gängigen Dateiformaten geliefert werden. Viele Bilddateiformate reduzieren allerdings den benötigten Speicherplatz durch Komprimierung, auch indem sie Details

und/oder Farben entfernen. Daher empfehlen wir die Formate TIFF oder EPS, die verlustfrei arbeiten und zum Austausch zwischen verschiedenen Programmen und Betriebssystemen gedacht sind.

Am wichtigsten ist es, auf die Auflösung zu achten. Die Druckerei erwartet eine Auflösung von 300 dpi. In der Praxis sind aber auch geringere Auflösungen verwendbar: Die Grenze liegt hier bei 150 dpi, weniger darf es auf keinen Fall sein! „DPI“ steht dabei für „dots per inch“ – also Pixel pro Zoll. Ein Inch entspricht 25,4 mm. Es ist also zu beachten, wie groß die Bilder gedruckt werden. Üblicherweise ist dabei die Horizontale ausschlaggebend, da die Bilder meist den Spaltenbreiten angepasst werden. Ein Bild, das genau in einer Spalte gesetzt wird, ist 5,65 cm (= 2,25 Zoll) breit. Wenn es über zwei Spalten geht, sind es 11,65 cm (= 4,6 Zoll). Bei idealen 300 dpi sollte ein Bild also 675 bzw. 1380 Pixel in der Breite haben.

Leider kann man nicht so einfach sagen, wie groß eine Bilddatei in Kilo- oder Megabyte sein muss, da einige Formate Komprimierungen beinhalten, die Farbtiefen eine Rolle spielen und das Verhältnis von Höhe zu Breite bei jedem Bild beliebig sein kann. In der Praxis kann man aber immerhin sagen, dass alles unter 20 Kilobyte überhaupt gar nicht verwendbar ist. Üblicherweise sind die verwendeten Bilder 200 KB bis 4 MB groß. Die Auflösung aber kann niemals zu hoch sein. Das Layout hat dadurch die Möglichkeit, ein Bild ggf. größer darzustellen als geplant oder den Ausschnitt des Bildes zu ändern, und erhält so etwas Spielraum.

Solltet ihr ein wichtiges Foto im Original vorliegen haben, dann sucht nach einer Möglichkeit, das Bild einzuscannen oder einscannen zu lassen und als Datei abzuspeichern (natürlich unter den oben genannten Qualitätsvoraussetzungen). Sollte auch das nicht möglich sein, dann gibt es nur noch die Möglichkeit, uns das Bild postalisch zukommen zu lassen. Kontaktiert aber vorher die Redaktion, um zu klären, ob euer Motiv überhaupt was taugt, und zu erfahren, wie die aktuelle Postadresse der Layoutgruppe lautet (denn so etwas wechselt bei uns ja genauso wie die Redaktionen).

Ihr müsst allerdings beachten, dass es Bestimmungen gibt, die die Verwendung auch eines selbst gemachten Fotos einschränken könnten. Die Rede ist hier v.a. vom Recht am eigenen Bild. Es handelt sich um ein Persönlichkeitsrecht zum Schutz vor ungewollter Darstellung, woraus sich die Unzulässigkeit einer Veröffentlichung schon dann ergibt, wenn sie ohne Einwilligung der abgebildeten Person geschieht. Auf dieses Recht können sich „Personen der Zeitgeschichte“, also z.B. Bosse und Politikerinnen, nicht berufen. Dasselbe gilt bei Aufnahmen von Versammlungen, Demonstrationen u.ä., sofern es sich nicht um Nahaufnahmen handelt.

Heutzutage bilden die Originale unter den Motiven jedoch bestenfalls eine starke Minderheit. Die Bildersuche vollzieht sich nicht nur bei der *DA* im Web – besonders wenn es Zeitdruck gibt. Hier sind die gängigen Suchmaschinen zumeist der erste Anlaufpunkt. Die meisten bieten „erweiterte Einstellungen“, mit denen die Auswahl entsprechend o.g. Kriterien nach Größe und Farbe eingegrenzt werden kann. Denn nichts ist ärgerlicher, als ein schickes Bild gefunden zu haben, das dann doch nicht verwendbar ist. Die exaktere Auswahl lässt den Nutzwert des Internets aber auch wieder zusammenschrumpfen – denn viele Bilder werden als möglichst kleine JPEG oder GIF online gestellt. Einen Ausweg bietet hier v.a. die Kreativität beim Schlagwort. In den seltensten Fällen findet man eine ansprechende Visualisierung über ein Substantiv (z.B. „Streik“), auch wenn es in direktem Zusammenhang mit dem Artikel stehen mag. Die Bildersuche via Internet ist also am fruchtbarsten, wenn man schon eine gewisse Vorstellung vom Motiv hat und gezielt anfragen kann. In dieselbe Richtung geht die Abkehr von konventionellen Suchmaschinen hin zu Fotoblogs und Bilddatenbanken. Websites wie photocase.com und pixelio.de, aber auch arbeiterfotografie.de bieten inzwischen ein beachtliches Sortiment – in der Regel wird man aber mehrere Sites abklappern müssen. Ein dritter Anlaufpunkt im Netz wären themenspezifische Sites, sei es von Schwesterorganisationen der FAU, von Museen und Ausstellungen etc.

Allgemein ist es wichtig, sich die Nutzungsbedingungen der Websites anzusehen, da gibt es teils erhebliche Unterschiede. Auch dazu braucht es etwas Hintergrundwissen: Die Unterscheidung „lizenzfrei“ und „lizenzpflichtig“ ist sicherlich nicht diejenige, die der allgemeine Menschenverstand nahelegen würde. Lizenzfrei heißt nicht, dass es nichts kostet, sondern dass die Verwendung nach Übertragung der Rechte nicht eingeschränkt ist etwa auf eine Veröffentlichung (wie bei lizenzpflichtigen Bildern). Das dürfte bisher aber noch ein Nebenschauplatz unserer Publikationstätigkeit sein. Nicht wenige der digitalen Fotosammlungen haben ihre Bilder zur Verwendung freigegeben, allerdings verlangen sie eine Urheber- bzw. Quellenangabe. Diese Bedingungen sind in jedem Fall zu beachten. Insbesondere die Nennung des Fotografen ist uns ein Anliegen, schließlich steht ja auch unter dem Artikel der Name der Autorin. Schließlich finden sich aber nicht nur im Internet jede Menge Bilder. Auch Zeitungen und Bildbände können eine ergiebige Quelle sein – das Wort „Quelle“ hat hier einen doppelten Boden: Wir bauen die Bilder als Zitat ein.

XI. Nachspiel

Wenn ihr all die Phasen durchlaufen habt, die wir oben geschildert haben, dann ist es wahrscheinlich die Mitte eines Monats mit gerader Zahl. Denn i.d.R. macht dann die Redaktion letzte Absprachen mit den AutorInnen und schließt ihre Arbeit ab, damit sich die LayouterInnen ans Werk machen können. Von da an ist es nur noch eine Frage von Tagen, bis ihr die frische Druckerschwärze der *DA* riechen könnt. Denn üblicherweise bekommt ihr dann ein Belegexemplar zugesendet – falls ihr überhaupt eines haben möchtet und nicht vielleicht schon ein Abo habt. Deshalb solltet ihr der Redaktion auch am besten eine Postadresse mitteilen, an die sie dieses senden soll. Macht ihr das nicht, geht sie davon aus, dass ihr keines benötigt (ohnehin sollte doch jeder und jede ein *DA*-Abo haben!).

Es mag sein, dass es gewisse Reaktionen auf euren Artikel gibt – meist der erfreulichen oder lobenden, manchmal der kritischen und anregenden, gelegentlich der polemischen und beleidigenden, selten der nichtssagenden Art. Sollte uns ein Leserbrief erreichen, der euren Artikel betrifft, so leiten wir ihn umgehend an euch weiter, so dass ihr der betreffenden Person selbst antworten könnt. (Manchmal antwortet auch noch die Redaktion, wenn es um Dinge geht, die auch sie betreffen.) Wenn die Redaktion beabsichtigt, den Brief in der nächsten Ausgabe abzudrucken, wird sie wohl nochmals Rücksprache mit euch halten. Denn es gibt nichts Schlimmeres als eine Hin-und-Her-Debatte zwischen einem Autor und einer Leserin, bei der es die ganze Zeit um Richtigstellungen geht, die schon lange niemanden interessieren. So etwas versuchen wir stets schon im Vorfeld zu vermeiden.

Eine andere Reaktion könnte so aussehen, dass die Redaktion wegen einer Wiederveröffentlichung in einer anderen Zeitung oder auf einer Internet-Seite angesprochen wird. Auch hier werden wir entweder von euch die Erlaubnis einholen oder direkt den Kontakt zwischen euch und dem Anfragenden vermitteln. Denn mit den Rechten der AutorInnen gehen wir sehr sorgsam um. Umgedreht erwarten wir dies aber auch. Solltet ihr den Artikel irgendwo wiederveröffentlichen, so sollte dort auch ein Hinweis zu finden sein, dass er ursprünglich in der *DA* veröffentlicht wurde. Das verlangen nicht nur wir, sondern gehört zur journalistischen Korrektheit einer jeden Zeitung. Seid also so fair und lasst die andere Zeitung nicht im Unklaren.

Und zu guter Letzt kommt es darauf an, den Kontakt zu halten. Solltet ihr also z.B. eure E-Mail-Adresse wechseln, so teilt das der Redaktion mit (außer ihr wollt nichts mehr mit ihr zu tun

haben). In der Regel bewahren wir unsere Kontaktadressen von AutorInnen auf – selbstverständlich diskret und sicher. Doch auch so etwas kann schnell mal verloren gehen, z.B. bei der Übergabe der Redaktion an eine nachfolgende Gruppe. Wenn ihr also länger nichts von der Redaktion gehört habt, obwohl ihr z.B. erwartet, angefragt zu werden, dann meldet euch doch einfach mal selbst mit einer Idee oder einer Anregung. Vielleicht ging der Kontakt ja wirklich verloren. Und wenn nicht, so wird die Redaktion sicherlich gerne den Ball aufnehmen …

4.

Mehr als nur das Wort

I. Kreative Köpfe und helfende Hände

Bisher haben wir vor allem vom Schreiben oder auch vom Redigieren gesprochen. Sicherlich steht das gedruckte Wort bei der *DA* im Mittelpunkt. Doch vom Schreiben allein kommt noch keine gute Zeitung zustande. Ein gute Zeitung hat nämlich mehr zu bieten: Karikaturen und Comic-Strips, Fotografien und Schaubilder. Es gibt also auch andere Möglichkeiten, sich an der *DA* zu beteiligen!

Comics und Karikaturen dienen nicht allein der „Auflockerung“ und Unterhaltung. Sie können auch Informationen oder Standpunkte eigenständig vermitteln bzw. die Aussagekraft eines Artikel unterstützen, soviel ist klar. Beide Aspekte lassen sich gut miteinander verbinden. Gegenüber einem Text haben Zeichnungen entschiedene Vorteile: Zum einen lassen sie sich in aller Regel schneller erfassen, die Pointe kommt unvermittelter beim Leser an. Zum anderen kann die Zeichnerin den Gegenstand freier, expressiver, ja drastischer darstellen als wir dies von einer Autorin erwarten. Wie bei Artikeln auch, ist bei Karikaturen und Comic-Strips das Überraschende, die ungewohnte Perspektive auch auf Altbekanntes ein wesentliches Element des Beitrags. Der ästhetische Aspekt tritt hier jedoch sehr viel deutlicher in den Vordergrund als in einem geschriebenen Text. Womit wir aber nicht sagen wollen, dass sich ein Text in der Zeitung in seiner Wort- und Satzfolge erschöpft.

Der optische Eindruck eines Artikels wird von der Layout-Gruppe gestaltet, dabei wird sie vom Autor möglichst unterstützt (vgl. Kapitel 3 Abschnitt V). Sich nur auf dokumentarische Aufnahmen zu beschränken (wie bisher impliziert), hieße für die *DA*, auf ein enormes Potenzial an Illustration und Witz zu verzichten

Wir müssen hier nicht über den Kunstcharakter der Fotografie debattieren. Es genügt der Hinweis darauf, wie ansprechend es ist, wenn man z.B. Sprachbilder in die Bildsprache übersetzt. Dabei kann das Motiv durchaus „gestellt“, komponiert sein. Auch Fotomontagen sind ein probates Mittel, um Witz und Widersprüche einzufangen.

Hier öffnet sich also ein weites Feld für all jene, die sich nicht zur schreibenden Zunft zählen und doch kreativ sind. Prinzipiell gilt dasselbe wie für AutorInnen: Nur wen die Redaktion kennt, kann sie im Namen der *DA* ansprechen.

Eine Einbahnstraße ist das aber nicht, darauf haben wir bereits eingangs mit einem Brecht-Zitat hingewiesen. Wer die *DA* kennt, kann sich auch an sie wenden, sei es um der Redaktion ein

Feedback zur letzten Ausgabe zu geben oder ihr konkrete Hinweise und Unterstützung anzubieten. Das muss nicht unbedingt so abgerundet sein wie ein Artikel oder eine Illustration. Leserbriefe sind uns ein wichtiger Anzeiger dafür, wie die Zeitung ankommt, und beeinflussen unter Umständen auch künftige Entscheidungen der Redaktion. Sie sind für euch auch ein Weg, mit einer Autorin oder einem Autor in Kontakt zu treten. So ein Brief ist keine große Sache und ihr solltet ihn schreiben, wenn ihr etwas zu sagen habt; auch wenn es „nur" darum geht, welches Thema oder welchen Aspekt ihr in der Zeitung vermisst habt. Diese Zusendungen drucken wir nicht immer ab, wie gesagt: der Platz in der *DA* ist beschränkt. Wenn wir das aber vorhaben, werden wir uns noch vor dem Druck bei euch melden.

Ihr könnt uns auch immer unterstützen mit Anregungen, Fragen und/oder recherchierten Fakten zu bestimmten Themen – aber ihr solltet auch auf eventuelle Rückfragen gefasst sein. Besonders geeignet für Zuarbeiten erscheinen uns in diesem Zusammenhang die Rubriken *Der große Bruder*, *Zahlen, bitte!* und *§§§-Dschungel* sowie Kurzmeldungen aus verschiedensten Bereichen. Wir freuen uns natürlich auch immer über Anregungen von GenossInnen und Sympathisierenden, die ihre Brötchen bei anderen Zeitungen verdienen und helfen wollen, die *DA* weiter zu verbessern: inhaltlich, konzeptionell und in ihrer Erscheinung.

II. Endspurt in der Produktion: die Verteilung

Die Produktion der Zeitung ist nicht alles. Ebensoviel Kraft wie man auf die Herstellung verwendete, sollte man auch in die Verteilung stecken. Selbst die größten Anstrengungen der Redaktionen und AutorInnen verpuffen nahezu, wenn die Zeitung nur von einigen hundert Menschen gelesen wird. Schließlich ist die *DA* zum Lesen da. Auch hier gibt es viel Spielraum für Initiative.

Um den *DA*-Verkauf mitanzukurbeln, könntet ihr z.B. den Kiosk, Buch- oder Dönerladen um die Ecke ansprechen, ob er nicht eine Gewerkschaftszeitung ins Sortiment aufnehmen will. (Wenn ihr euch sicher seid, einen Laden zu kennen, bei dem eine solche Initiative Erfolg verspricht, so könnt ihr gerne die *DA*-Aboverwaltung anschreiben, dass sie euch ein Probeexemplar zuschickt, das ihr im Laden vorzeigen könnt.) In diesem Zusammenhang solltet ihr nicht vergessen, auf die Wiederverkauf-Konditionen hinzuweisen: Ab drei Exemplaren kann die *DA* zum Verkauf bestellt werden. Ein Heft kostet dann nicht 1,50 Euro, sondern nur 75 Cent plus Porto. Je höher die abgenommene Menge, desto leichter wiegen die Versandkosten. Derzeit sieht das so aus:

- 03-04 Ex. = 0,95 Euro Porto
- 05-09 Ex. = 1,30 Euro Porto
- 10-19 Ex. = 1,80 Euro Porto
- 20-35 Ex. = 3,60 Euro Porto
- bis 90 Ex. = 5,99 Euro Porto
- 91 + x Ex. = 12,19 Euro Porto

Außerdem gibt es die Möglichkeit, eine Absprache zu treffen, bei der wir dem Laden einmalig gratis ein Kontingent zusenden, um schließlich das Verkaufspotenzial besser einschätzen zu können. Wir gehen grundsätzlich von einem unbefristeten Verhältnis aus, das heißt wir liefern die *DA* solange wie sie nicht abbestellt wird. Außerdem werden wir den Laden in die *DA*-Verkaufsstellen-Liste aufnehmen, die interessierten Leuten im Internet eine Orientierung gibt.

Der weitere Ablauf ist denkbar einfach: Mit jeder Ausgabe verschicken wir die Rechnung,

wenn nicht eine Sammelrechnung über z.B. drei Ausgaben vereinbart wurde. Wird der Rechnungsbetrag binnen sechs Wochen überwiesen, geht alles seinen Gang. Wenn allerdings zwei Rechnungen offen bleiben, werden wir die Lieferung zunächst einstellen, bis die Sache bereinigt ist. In der Regel müssen alle bestellten Exemplare auch bezahlt werden. Denn aufgrund des höheren Verwaltungsaufwands und zusätzlicher Portokosten lohnt sich der Verkauf auf Kommission erst ab einer relativ hohen Stückzahl und langen Vertriebsbeziehung und muss im Einzelfall abgesprochen werden.

Für alle Änderungen, sei es die Erhöhung der Stückzahl, Absatzprobleme etc., ist die Abo-Verwaltung der kompetente Ansprechpartner. Um Änderungen beim nächsten Versand berücksichtigen zu können, müssen die Infos dazu spätestens Mitte des Monats mit gerader Zahl (Februar, April, ...) vorliegen.

Die genannten Wiederverkauf-Bedingungen gelten sowohl für Kioske und sonstige Gewerbetreibende wie auch für einzelne Personen. Alle, die die *DA* gut finden, können, ja, sollten bei ihrer Verbreitung helfen. Denn aus Erfahrung lässt sich sagen, dass für unsere zugegebenermaßen sehr spezielle Publikation auch spezielle Verkaufswege die besseren sind. Mehr als ein, zwei Exemplare kriegt ihr bestimmt los, wenn ihr mit einigen FreundInnen und der *DA* eine Kneipentour macht oder auf dem Weg zur Arbeit mal an der Haltestelle herumgeht. Gute Anlaufpunkte sind sicherlich auch Demonstrationen, Veranstaltungen, Konzerte und Festivals. Das ganz große Los habt ihr gezogen, wenn das in der Firma klappt, dann ist es vielleicht nicht mehr weit bis zur Betriebsgruppe.